

**STRATEGI KOMUNIKASI SERTIFIKASI PRODUK HALAL DAERAH  
MINORITAS MUSLIM**  
**(Studi Deskriptif pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur)**



Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

NUR AINI RIZKY SYABAN

20107030112

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nur Aini Rizky Syaban

Nim : 20107030112

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, skripsi ini adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan buka plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 21 Oktober 2024

Yang menyatakan,

  
Nur Aini Rizky Syaban  
Nim: 20107030112

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

|       |   |                       |
|-------|---|-----------------------|
| Nama  | : | Nur Aini Rizky Syaban |
| NIM   | : | 20107030112           |
| Prodi | : | Ilmu Komunikasi       |
| Judul | : |                       |

### STRATEGI KOMUNIKASI SERTIFIKASI PRODUK HALAL DAERAH MINORITAS MUSLIM (Studi deskriptif pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munāqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 28 Oktober 2024  
Pembimbing

Ihya' Ulumuddin, M.Sos.  
NIP. 19921123 202012 1 006

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-6327/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi Sertifikasi Produk Halal Daerah Minoritas Muslim (Studi Deskriptif pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUR AINI RIZKY SYABAN  
Nomor Induk Mahasiswa : 20107030112  
Telah diujikan pada : Jumat, 22 November 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ihya' Ulumuddin, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 676587b488b4b



Pengaji I

Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 67652cf8ee5a7



Pengaji II

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 6768d9791619d



Yogyakarta, 22 November 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 676a2cde9476c

## **MOTTO**

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan

Allah hingga ia kembali” -HR Tirmidzi

“Selagi doa ibu masih melangit semua akan baik-baik saja” -Anonim

“Lewotana mo pana molo go dore” -Syair Lamaholot



## **HALAMAN PERSEMPAHAN**

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ**

“Dengan mengucapkan syukur dan mengharapkan ridho dari Allah SWT, saya  
persesembahkan skripsi ini kepada almamater saya tercinta :

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadibahan Allah SWT, Tuhan seru sekalian alam. Berkat rahmat, hidayah dan inayah-Nya karena masih diberikan nikmat iman dan hidup sehingga penulis dapat menyelesaikan proses tugas akhir di pendidikan tinggi dalam keadaan sehat wal afiat. Shalawat beriring salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi agung Muhammad Saw, sang pembawa pelita peradaban yang menuntun manusia dari kejamnya jahiliyah menuju damainya iman Islam.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Strategi Komunikasi Sertifikasi Produk Halal di Daerah Minoritas Muslim (Studi Deskriptif pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur). Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bapak Prof. Noorhaidi, M.A., Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora periode 2024 - 2028 Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M. Si.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi periode 2019-2024 bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn.
4. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi periode 2024-2028, bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I., M.Si.
5. Dosen Pembimbing Akademik bapak Handini, S.I.Kom., M.I.Kom.
6. Dosen Pembimbing Skripsi bapak Ihya' Ulumuddin, M.Sos.

7. Bapak Dr.Mokhamad Mahfudz, S.Sos.I.M.Si selaku penguji 1
8. Ibu Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku penguji 2
9. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
10. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih kepada Mama Abah yang menjadi permata bermata biru, penenang dari segala risau, rumah dari segala lelahku, dan penguat dalam segala kelemahanku. Manusia hebat yang kini, kian menua dipeluk waktu, senyap dalam kerinduan, untuk Abah Sya'ban Jalil dan Mama Halija Sya'ban. Pengabdian yang tak terukur oleh neraca manapun. Karya ini kupersembahkan sebagai wujud bakti seorang anak kepada orang tuanya yang nilainya tak sebanding dengan cinta, kasih dan sayang yang telah kalian peruntukan untukku.
11. Kakak-kakakku tercinta, Maimuna Syaban, Rosmiwati Syaban, Rahmatia Syaban serta adik laki-lakiku M. Hidayah Sya'ban Putra Harin, yang selalu bersama, mendukung dan memotivasi dalam setiap langkah.
12. Ka Sri, Ka Imso, Ummul, Rosee, Eraa, Rafi, Bardan, Fansuri yang sudah memenuhi memori indah di Yogyakarta
13. Pengurus dan keluarga besar Angkatan Muda Asal Lamakera Yogyakarta yang selalu menjadi rumah tempat penulis kembali ketika redup, yang selalu membuka tangan, yang setia memeluk dalam kerapuhan di tanah perantauan.

14. Pengurus dan keluarga besar HMI komisariat FISHUM yang sudah menjadi wadah untuk penulis berproses di Yogyakarta
15. Pengurus dan keluarga besar Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Rhetor periode 2022/2023 yang sudah menjadi wadah untuk penulis berproses di Yogyakarta
16. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2020, khususnya Ilkom C

Kepada semua pihak tersebut, semoga amal kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dan limpahan rahmat dari Allah SWT. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamin.

Yogyakarta, 22 November 2024

Peneliti,

Nur Aini Rizky Syaban

NIM:20107030112



## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>MOTTO.....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>                                  | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>x</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I.....</b>  | <b>1</b>   |
| <b>PENDAHULUAN</b>   | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                   | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....   | 11         |
| C. Tujuan Penelitian .....                                       | 11         |
| D. Manfaat Penelitian .....                                      | 11         |
| E. Tinjauan Pustaka .....  | 12         |
| F. Landasan Teori.....   | 16         |
| G. Kerangka Pemikiran.....                                       | 30         |
| H. Metode Penelitian.....  | 31         |
| <b>BAB II</b>  | <b>39</b>  |
| <b>GAMBARAN UMUM</b>   | <b>39</b>  |
| A. Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur .....                | 39         |
| B. Sejarah Kantor Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur ..... | 43         |
| C. Logo Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur.....            | 45         |
| D. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur .....  | 45         |
| E. Struktur Organisasi .....                                     | 46         |
| F. Website dan Media Sosial Kementerian Agama Flores Timur.....  | 48         |
| G. Pendamping Proses Produksi Produk Halal (52                   |            |
| <b>BAB III</b>   | <b>58</b>  |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                                      | <b>58</b>  |
| A. Hasil Penelitian .....  | 58         |
| 1. Pemilihan Komunikator .....                                   | 59         |

|  |            |
|--|------------|
| 2. Penyusunan dan Penyajian Pesan .....    | 62         |
| 3. Pemilihan dan Perencanaan Media.....    | 63         |
| 4. Pemilihan dan Pengenalan Khalayak ..... | 65         |
| <b>B. Strategi Komunikasi</b>              | <b>66</b>  |
| 1. Pemilihan Komunikator .....             | 67         |
| 2. Penyusunan dan Penyajian Pesan .....    | 76         |
| 3. Pemilihan Media.....                    | 84         |
| 4. Pemilihan dan                           | 94         |
| <b>BAB IV</b>                              | <b>98</b>  |
| <b>PENUTUP</b>                             | <b>98</b>  |
| A. Kesimpulan .....                        | 98         |
| B. Saran.....                              | 99         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                      | <b>101</b> |



## **DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Table 1 Data Progres dan Target Sertifikasi Halal Provinsi NTT       | 4  |
| Tabel 3 Jumlah Umat Kabupaten Flores Timur                           | 47 |
| Table 4 Jumlah Pegawai Kementerian Agama Flores Timur                | 47 |
| Table 5 Daftar Pendamping Proses Produk Halal Kabupaten Flores Timur | 56 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 Model Lasswell   | 21 |
| Gambar 2 Peta Kabupaten Flores Timur                                  | 39 |
| Gambar 3 Kantor Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur              | 43 |
| Gambar 4 Logo Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur                | 45 |
| Gambar 5 Struktur Organisasi  | 46 |
| Gambar 6 Website Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur             | 49 |
| Gambar 7 Facebook Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur            | 50 |
| Gambar 8 Instagram Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur           | 50 |
| Gambar 9 TikTok Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur              | 51 |
| Gambar 10 Penyampaian oleh Kepala Kantor dan Kepala Seksi Bimas Islam | 70 |
| Gambar 11 penyerahan sertifikat halal di KUA Adonara Timur            | 71 |
| Gambar 12 Penyampaian oleh Kepala Kantor                              | 73 |
| Gambar 13 Brosur Sertifikasi Produk Halal Gratis (Sehati)             | 84 |
| Gambar 14 Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi                            | 88 |

## **ABSTRACT**

*This research discusses the communication strategy of halal product certification in the Muslim minority area, East Flores Regency. The implementation of certification faces challenges, such as low public understanding of halal products and misperceptions of the term "halal," in non-Muslim communities. Departing from the above problems, the researcher formulated the problem of how the communication strategy of halal product certification in Muslim minority areas, especially at the Ministry of Religion of East Flores Regency. This research uses a descriptive qualitative method with Harold Lasswell theory, data collected through interviews, observation, and documentation. The results showed that the communication strategy for halal certification of Muslim minority areas carried out by the Ministry of Religion, namely; 1) Communicator selection strategy, determining the Head of the Ministry of Religion, Head of the Islamic Bimas Section, and halal supervisor. 2) Strategy for compiling and presenting messages, focused on guaranteeing product safety and health, halal certification opens up greater opportunities, the halal certification process is accompanied by the ministry of religion and displays attractive visuals. 3) Media selection and planning strategies, including brochures, websites, Instagram, and Facebook. 4) Audience selection and recognition strategies, based on social, cultural and economic characteristics. However, this strategy still needs improvement, the presentation of messages must be more contextual, using inclusive narratives that respect local culture without eliminating the substance of halalness. Media planning should be more adaptive to the communication patterns of local communities, such as utilizing traditional forums. Grouping of target audiences also needs to be done in a more organized manner.*

**Keywords:** Communication Strategy, Halal Certification, Halal Products, Muslim Minority, East Flores.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## Abstrak

Penelitian ini membahas strategi komunikasi sertifikasi produk halal di daerah minoritas Muslim, Kabupaten Flores Timur. Pelaksanaan sertifikasi menghadapi tantangan, seperti rendahnya pemahaman masyarakat tentang produk halal dan adanya salah persepsi terhadap istilah "halal," di masyarakat non-Muslim. Berangkat dari permasalahan diatas, peneliti merumuskan masalah bagaimana strategi komunikasi sertifikasi produk halal daerah minoritas muslim khususnya pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori Harold Lasswell, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi sertifikasi halal daerah minoritas muslim yang dilakukan Kementerian Agama yakni; 1) Strategi pemilihan komunikator, menetapkan Kepala Kementerian Agama, Kepala Seksi Bimas Islam, dan penyelia halal. 2) Strategi penyusunan dan penyajian pesan, difokuskan pada jaminan keamanan dan kesehatan produk, sertifikasi halal membuka peluang yang lebih besar, proses sertifikasi halal didampingi pihak kementerian agama dan menampilkan visual yang menarik. 3) Strategi pemilihan dan perencanaan media, diantaranya brosur, website, Instagram, dan Facebook. 4) Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak, berdasarkan pada karakteristik sosial, budaya dan ekonomi. Namun, strategi ini masih perlu perbaikan, penyajian pesan harus lebih kontekstual, menggunakan narasi inklusif yang menghormati budaya lokal tanpa menghilangkan substansi kehalalan. Perencanaan media harus lebih adaptif terhadap pola komunikasi masyarakat setempat, seperti pemanfaatan forum adat. Pengelompokan khalayak sasaran juga perlu dilakukan secara lebih terorganisir.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Sertifikasi Halal, Produk Halal, Minoritas Muslim, Flores Timur.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang pesat, serta dengan meningkatnya kebutuhan pengembangan ekonomi daerah, kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal bahwa produk halal memiliki peluang yang besar, baik ditingkat nasional maupun internasional semakin meningkat. Sehingga diperlukannya pemerataan sertifikasi produk halal di setiap daerah. Pemerataan sertifikasi produk halal tidak hanya bertujuan untuk mendukung ekonomi lokal, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang semakin mendesak.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat Muslim tidak hanya berlaku di wilayah dengan mayoritas Muslim saja, tetapi juga di daerah-daerah dengan populasi minoritas Muslim yang krusial untuk diperhatikan. Dalam penelitian yang dilakukan Faridah yang berjudul Urgensi Halal Food di Daerah Minoritas Muslim, setidaknya ada 4 urgensi halal food di daerah minoritas Muslim yakni; 1). Masyarakat sangatlah teliti dalam mengkonsumsi makanan di tengah mayoritas masyarakat non-Muslim, 2). Masyarakat harus mengetahui perihal makanan halal, pentingnya menjaga agar makanan yang dikonsumsi adalah makanan yang halal, 3). Untuk mendapatkan makanan halal masyarakat harus menempuh perjalanan yang jauh untuk bisa mendapatkannya, 4). Ketersediaan produk halal sangatlah jarang di daerah minoritas Muslim (Saputri 2023).

Salah satu daerah dengan minoritas Muslim di Indonesia adalah Kabupaten Flores Timur. Berdasarkan data dari Kanwil Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur, jumlah umat Muslim di Kabupaten Flores Timur mencapai 60.146 jiwa, sementara umat Katolik menjadi mayoritas dengan 229.892 jiwa (Agama n.d.). Walaupun merupakan daerah minoritas Muslim, kebutuhan akan makanan halal tetap penting untuk diperhatikan. Sehingga implementasi produk halal untuk daerah minoritas Muslim harus menjadi perhatian khusus oleh pemerintah setempat.

Pentingnya sertifikasi halal di daerah minoritas Muslim ini memerlukan pendekatan yang strategis dalam bidang komunikasi. Sehingga dibutuhkan Penerapan strategi komunikasi yang efektif dalam implementasi sertifikasi halal. Hal ini dilakukan untuk mengatasi hambatan komunikasi yang terjadi. Para pelaku usaha di daerah minoritas Muslim menghadapi berbagai hambatan dalam memahami dan mengikuti prosedur sertifikasi halal. Salah satu hambatannya adalah tidak adanya informasi yang jelas mengenai sertifikasi halal, sehingga seringkali masyarakat atau para pelaku usaha menganggap bahwa proses ini rumit, sering kali dianggap eksklusif dan tidak memiliki pengaruh terhadap bisnis mereka. Kurangnya informasi kemudian membentuk *misunderstanding* dan *mispersepsi* tentang produk halal di daerah minoritas Muslim.

Hambatan lainnya yakni kurangnya kesadaran masyarakat dan pelaku usaha tentang produk halal. Kesadaran tentang pentingnya sertifikasi produk halal yang masih rendah ini, juga dijelaskan Akim dalam

(Maghfirotin et al. 2022), sampai saat ini, produk dari mitra yang telah mengajukan dan memiliki sertifikasi halal masih sangat terbatas, karena para pengusaha UMKM cenderung kurang memperhatikan jaminan kualitas produk mereka. Situasi ini semakin diperburuk oleh rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang sertifikasi halal. Berbagai faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal ini adalah minimnya informasi mengenai mekanisme sertifikasi halal, serta hal-hal yang berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk menyelesaikan proses sertifikasi tersebut.

Selain kurangnya kesadaran terhadap sertifikasi halal, terdapat banyak kesalahpahaman dan persepsi negatif tentang sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha dan masyarakat umum daerah minoritas Muslim. *Misunderstanding* ini sering kali muncul akibat dari penggunaan kata halal yang disalahartikan. Banyak yang menganggap bahwa sertifikat halal hanya berkaitan dengan aspek keagamaan. Hal ini seperti penggunaan kata halal oleh Pemerintah Toraja Utara pada pariwisata halal di Tana Toraja sehingga menimbulkan polemik dan penolakan oleh masyarakat Tana Toraja (Ibrahim and Riska Damayanti 2021). Padahal sebenarnya sertifikasi halal ini juga mencakup aspek kebersihan, kesehatan dan keamanan produk yang bisa bermanfaat untuk konsumen terlepas dari latar belakang agama.

Selain itu perbedaan budaya dan penggunaan bahasa setempat juga menjadi tantangan dalam penyampaian informasi tentang sertifikasi halal ini. Konsep halal dalam budaya di Flores Timur merupakan sesuatu yang baru dan tidak sejalan dengan agama mayoritas masyarakat setempat. Hal

ini seperti yang terjadi di Bali dimana budaya Bali yang bertentangan dari konsep halal (Rifky Setiawan and Muhammad Mirza Pahlevi 2023). Selain itu penggunaan bahasa daerah atau bahasa lokal juga menjadi salah satu tantangan tersendiri dalam proses sertifikasi produk halal di daerah. Masyarakat lokal pada umumnya menggunakan bahasa lokal dalam berkomunikasi. Sehingga penggunaan bahasa Indonesia yang baku dalam proses penyampaian informasi sertifikasi produk halal menjadi masalah lain yang perlu diselesaikan oleh pemangku kepentingan setempat.

Adanya hambatan komunikasi dan tantangan yang dihadapi para petugas ini, berdampak pada proses sertifikasi halal di daerah minoritas Muslim khususnya Kabupaten Flores Timur. Salah satu dampaknya yakni kurangnya partisipasi pelaku usaha dalam proses sertifikasi produk halal, sehingga produk halal di daerah minoritas Muslim masih jauh dari target. Hal ini dapat dilihat pada data progres target sertifikasi halal Kabupaten Flores Timur, yakni jumlah pendamping produk halal sebanyak 96 orang, dengan target sertifikasi sebanyak 2.400 produk dengan jangka waktu dari 2023-2026, sertifikat yang sudah terbit pada juni 2024 sebanyak 19 sertifikat.

Table 1 Data Progres dan Target Sertifikasi Halal Provinsi NTT

| No. | Kabupaten / Kota  | Jumlah Pendamping | Jumlah Sertifikat Terbit | Target |
|-----|-------------------|-------------------|--------------------------|--------|
| 1.  | Kab. Flores Timur | 96                | 19                       | 2.400  |

Sumber : Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi NTT, 2024

Dilihat dari data kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi NTT, terdapat perbedaan yang signifikan antara target penerbitan sertifikasi halal dengan jumlah sertifikat yang sudah terbit. Minimnya partisipasi masyarakat khususnya pelaku usaha, berpotensi beredarnya produk-produk yang belum terjamin kehalalannya, sehingga mempersulit akses umat Muslim terhadap produk halal. Meskipun Flores Timur merupakan daerah minoritas Muslim, kebutuhan akan makanan halal tetap penting untuk diperhatikan. Karena ini merupakan konsekuensi akidah sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 3 dan Al-Baqarah ayat 168 :

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ لِعَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخِنَقَةُ  
وَالْمُؤْفُودَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيْحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُّعُ إِلَّا مَا ذَكَرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ  
سَنَنْقُسِمُوا بِالْأَرْلَامِ دُلْكُمْ فِسْقُ الْيَوْمِ يَسِّنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِيْنِكُمْ فَلَا تَحْشُوْهُمْ وَاحْسُنُونَ

Artinya : "Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala. (demikian pula) mengundang nasib dengan azlam (anak panah), karena itu suatu perbuatan yang fasik" (Al-Qur'an 2005).

Ayat ini secara jelas mengharamkan mengkonsumsi beberapa jenis makanan, seperti bangkai, darah, daging babi, dan hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah. Larangan ini menunjukkan betapa pentingnya bagi umat Muslim untuk memperhatikan makanan yang mereka konsumsi, dengan memastikan bahwa makanan tersebut halal dan sesuai dengan ajaran agama. Bagi seorang Muslim, memilih makanan yang halal

memiliki dampak yang mendalam pada aspek spiritual dan moral kehidupan sehari-hari. Hal ini mencerminkan komitmen seseorang untuk hidup sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadits, yang secara jelas mengatur tata cara hidup yang baik dan benar. Dengan menghindari makanan yang haram, umat Muslim berusaha menjaga dirinya tidak hanya secara fisik namun juga secara spiritual.

Ketaatan umat Muslim terhadap prinsip-prinsip halal termasuk dalam hal ini, memilih makanan memiliki relevansi yang besar dalam kontek Indonesia yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Pada tahun 2023, populasi masyarakat Muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa, atau sekitar 86,7% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 277,53 juta jiwa. Data ini diungkapkan laporan RISSC yang berjudul The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024, Indonesia menjadi negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia (The Royal Islamic Strategic Studies Centre 2021).

Dengan populasi Muslim yang begitu besar, tidak mengherankan jika Indonesia menjadi salah satu target pasar Muslim terbesar di dunia. Potensi ini membuka peluang besar dalam sektor ekonomi, khususnya dalam industri halal. Hal ini kemudian menjadikan sertifikasi halal sebagai aspek yang krusial untuk diperhatikan, baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha, agar dapat memenuhi permintaan konsumen Muslim yang meningkat. Dalam konteks ini, peran sertifikasi halal menjadi lebih dari

sekedar formalitas, melainkan suatu jaminan bagi konsumen Muslim bahwa produk yang mereka konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Indonesia menjadi negara dengan populasi Muslim terbanyak seharusnya memiliki perhatian yang besar terhadap makanan halal. Sertifikasi halal menjadi jawaban terhadap kebutuhan makanan halal untuk umat Muslim. Pemerintah melalui BPJPH mengeluarkan regulasi kewajiban sertifikasi halal melalui Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 yang menyebutkan bahwa seluruh produk barang atau jasa terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika, barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat wajib bersertifikat halal (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia 2014). Regulasi ini untuk memperkuat pengawasan terhadap produk-produk yang beredar di pasar untuk memastikan kesesuaian dengan standar halal.

Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwah tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (Agus 2017). Berdasarkan peraturan dan pasal-pasal yang terkandung dalam UU nomor 33 tahun 2014 tentang JPH, maka pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 31 tahun 2019, tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada oktober 2019. Dalam Peraturan Pemerintah (PP) ini dijelaskan secara rinci mengenai tugas, wewenang dan fungsi dari

institusi -institusi yang terkait dalam sertifikasi halal, yaitu: BPJPH, MUI, dan LPH. BPJPH sebagai regulator sertifikasi halal di Indonesia, sedangkan MUI mempunyai peran dalam sertifikasi auditor halal, penetapan kehalalan suatu produk dan akreditasi LPH. Sedangkan LPH sendiri, mempunyai tugas melakukan pemeriksaan dan atau pengujian kehalalan produk.

Sertifikasi halal tidak hanya penting bagi konsumen Muslim tetapi juga diakui sebagai standar kualitas internasional dan telah diterapkan di beberapa negara minoritas Muslim. Salah satunya yakni Thailand sejak tahun 1948 telah menerapkan standar halal dan memiliki komoditas produk halal yang legal (Rachmiatie et al. 2020). Pemerintah Korea Selatan juga memaksimalkan sektor industri kuliner menjadi makanan halal dengan bekerja sama dengan Korea Muslim Federation (Riyanti 2017).

Pemberlakuan sertifikasi halal di berbagai negara tersebut menjadi bukti bahwa jaminan produk halal tidak sesempit masalah agama, jika dikaji dari segi jaminan kesehatan dan keselamatan sudah tentu kualitas pangan dan jaminan keamanan produk yang telah melalui uji sertifikasi dijamin lebih aman. Hal ini diungkapkan dalam Jurnal Universitas Sebelas Maret bahwa sistem jaminan produk halal tidak jauh berbeda dengan sistem jaminan mutu yang dikeluarkan oleh ISO tinggal menambahkan unsur jaminan halal di samping jaminan mutu produk (Lutfiyah 2020).

Pemberlakuan sertifikasi halal ini juga jelaskan oleh K.H Ma'ruf Amin bahwa ini tidak sesempit masalah agama tetapi berkaitan juga dengan perkembangan ekonomi suatu daerah (Agus 2017), isu halal dan haram

tidak hanya menyangkut umat Muslim, melainkan juga berkaitan dengan masyarakat luas pada umumnya. Sertifikasi halal ini berfungsi sebagai alat strategis dalam meningkatkan daya saing produk lokal, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah. Sehingga implementasi sertifikasi produk halal di daerah minoritas Muslim, seperti Kabupaten Flores Timur ini menjadi sangat penting untuk diperhatikan.

Pemberlakukan sertifikasi produk halal ini nantinya akan sejalan dengan visi misi Pemerintah Kabupaten Flores Timur. Melihat strategi dan program pengembangan menuju Flores Timur yang lebih maju yang disampaikan oleh Penjabat Bupati Flores Timur, Sulastri Rasyid dalam wawancara yang dilakukan Kompas TV, bahwa salah satu langkah konkret yang sedang dijalankan Pemerintah Kabupaten Flores Timur adalah peningkatan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata. Sektor ini memiliki potensi yang sangat besar untuk menarik wisatawan, termasuk wisatawan Muslim, baik dari dalam negeri maupun mancanegara (Kompas 2024). Sertifikasi halal menjadi sangat relevan, terutama dengan melihat perkembangan industri pariwisata di Flores Timur kedepannya.

Dengan sertifikasi halal, Flores Timur memiliki peluang yang besar untuk memperluas cakupan industrinya, terutama dalam sektor pariwisata. Sertifikasi halal tidak hanya berlaku untuk makanan dan minuman, tetapi juga untuk layanan dan fasilitas yang digunakan wisatawan, seperti hotel, restoran, dan transportasi. Penyesuaian standar ini akan membuat Flores Timur lebih ramah bagi wisatawan Muslim, yang jumlahnya terus

bertambah baik secara domestik maupun internasional. Langkah ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik pariwisata, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal melalui penyerapan energi kerja serta peningkatan kualitas layanan dan produk lokal.

Pentingnya sertifikasi halal di daerah minoritas Muslim seperti Flores Timur memerlukan perhatian khusus dari pemerintah. Sehingga diperlukan strategi komunikasi yang efektif, sesuai dengan karakteristik daerah minoritas Muslim. Pemilihan strategi komunikasi yang tepat menjadi poin penting dan perlu perencanaan yang matang. Jika pemilihan strategi kurang tepat maka hasil yang diperoleh tidak akan sesuai dengan perencanaan. Strategi komunikasi memiliki kedudukan yang esensial dalam memberikan pemahaman kepada orang terkait manfaat sertifikasi halal secara jelas dan menarik, serta disesuaikan dengan budaya masyarakat setempat. Komunikasi memiliki pengaruh yang besar karena, menjadi upaya untuk memastikan bahwa produk yang beredar di pasar memenuhi standar halal yang sudah ditetapkan. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik mengkaji dan meneliti tentang “Strategi Komunikasi Sertifikasi Produk Halal Daerah Minoritas Muslim (Studi Deskriptif pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Sertifikasi Produk Halal Daerah Minoritas Muslim Khususnya Pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi sertifikasi produk halal di daerah minoritas Muslim yang digunakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Harapannya penelitian ini, dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan dapat menjadi salah satu sumber pembelajaran komunikasi terutama dalam strategi komunikasi.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk :

- a. Pembaca : diharapkan mampu menggambarkan dengan jelas terkait seperti apa strategi komunikasi sertifikasi produk halal di daerah minoritas Muslim.

- b. Peneliti : diharapkan menjadi bahan pembelajaran untuk peneliti dalam memahami strategi komunikasi sertifikasi produk halal daerah minoritas Muslim.
- c. Penelitian Selanjutnya : diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi terbaru khususnya dalam kajian strategi komunikasi.

## E. Tinjauan Pustaka

Untuk menunjukkan keabsahan dan keaslian dan menghindari judul penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya, maka peneliti melakukan perbandingan tema atau judul penelitian terdahulu yang relevan:

Pertama, skripsi jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam dengan judul “Strategi Komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal dalam Menyosialisasikan Urgensi Sertifikasi Halal” oleh Difa Gita Ramadhani, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (Gita Ramadhani 2022). Tujuan dari penelitian ini untuk menggali rumusan strategi komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Surveyor Indonesia dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Hasil dari penelitian ini secara garis besar menggambarkan strategi komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal Surveyor Indonesia dilakukan dengan tiga tahapan yakni; pertama, perumusan strategi dengan melakukan perencanaan mengenai komunikator dan media yang digunakan. Kedua, strategi implementasi komunikasi pemenuhan element *who says what in channel to whom with what effect*. Ketiga, melakukan evaluasi strategi yang digunakan.

Perbedaan dari kedua penelitian ini, terletak pada subjek penelitian yakni Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Surveyor Indonesia dan Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur khususnya bagian Pendamping Proses Produk Halal (PPPH). Sedangkan persamaan dari penelitian ini terletak pada objek kajiannya yakni keduanya mengkaji dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan pada lembaga tertentu.

Kedua, Amwaluna Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol.4 No.1 Januari 2020 yang berjudul “Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Produk Halal Hotel Di Indonesia Dan Thailand” yang dilakukan oleh Atie Rachmiatie, Rahma Fitria, Karim Suryadi, Rahmat Ceha, Universitas Islam Bandung (Rachmiatie et al. 2020). Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji strategi komunikasi yang efektif dalam mensosialisasikan konsep hotel halal. Hasil penelitian menunjukan bahwa komunikasi dari pemerintah penting dalam memperkuat persepsi tentang *product value dan benefit* dari pariwisata halal. Sehingga model strategi komunikasi efektif, diperlukan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata halal tersebut.

Letak perbedaan dari kedua penelitian ini adalah subjek penelitiannya. Subjek penelitian jurnal terdapat pada halal hotel yang ada di Indonesia dan Thailand, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini memiliki fokus pada Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur khususnya bagian Pendamping Proses Produk Halal (PPPH). Sedangkan

kesamaan dari jurnal ini dengan penelitian penulis terletak pada objek kajian, keduanya sama-sama mengkaji strategi komunikasi.

Ketiga, Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya Ad-dariyah Vol.2 No.1 tahun 2021 yang berjudul “Kepedulian Masyarakat Muslim terhadap Makanan Halal di Daerah Minoritas (Studi Majelis Masjid Nurul Falah Kabupaten Tana Toraja)” oleh Arnis Inrani dan Riska Damayanti jurnal Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (Ibrahim and Riska Damayanti 2021). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepedulian akan makanan halal Majelis Masjid Nurul Falah yang berada di kecamatan Mengkendek, Kabupaten Tana Toraja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian yakni meskipun Majelis Masjid Nurul Falak tinggal di daerah minoritas Muslim, tetapi ketika akan mengkonsumsi makanan selalu memperhatikan kehalalan produk tersebut dan lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan.

Kesamaan dari kedua penelitian ini yakni keduanya mengkaji dan menggali terkait makanan halal di daerah minoritas Muslim, penelitian dari jurnal, berlokasi di Kabupaten Tana Toraja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berlokasi di Kabupaten Flores Timur. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objek kajiannya yakni penelitian ini mengkaji tentang kepedulian masyarakat terhadap makanan halal, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini fokus mengkaji dan menganalisis strategi komunikasi dalam proses sertifikasi produk halal.

Keempat, skripsi program studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam dengan judul “Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal Di Media Sosial” oleh Jerri Setiawan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (Setiawan 2021). Penelitian ini bertujuan, mengkaji dan memahami implementasi strategi komunikasi yang digunakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), untuk menyebarluaskan gaya hidup halal di media sosial instagram. Penelitian ini didasarkan pada teori difusi inovasi, dengan hasil penelitian mengungkapkan strategi komunikasi oleh BPJPH meliputi riset kecil-kecilan, pembuatan desain dan konten kreatif, inovasi dan disebarluaskan, penyediaan materi intertekstual, penyelenggaraan kontes vlog halal, dan membangun komunikasi yang baik dengan pengikut.

Kesamaan dari penelitian tersebut dengan penulis terletak pada objek kajian strategi komunikasi dalam implementasi produk halal. sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis, ada pada subjek penelitian yakni Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur.

Table 2 Tinjauan Pustaka

| No. | Nama Peneliti   | Judul Penelitian   | Metode                | Hasil Penelitian   |
|-----|---|--|-----------------------|--|
| 1.  | Difa Gita Ramadhani                                       | Strategi Komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal dalam Menyosialisasikan Urgensi Sertifikasi Halal                          | Deskriptif Kualitatif | Strategi komunikasi LPH Surveyor dilakukan melalui tiga tahapan yakni : pertama, perumusan strategi dengan merencanakan komunikator dan media melalui kerjasama dengan berbagai pihak; kedua, implementasi strategi dengan memenuhi elemen komunikasi; dan ketiga, evaluasi strategi yang digunakan.                                       |
| 2.  | Atie Rachmiatie, Rahma Fitria, Karim Suryadi, Rahmat Ceha | Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Produk Halal Hotel di Indonesia Dan Thailand             | Kualitatif            | Permintaan wisatawan Muslim di Bangkok mendorong pengusaha untuk menerapkan standar halal, sedangkan di Bandung, standar halal sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, sehingga branding hotel halal dianggap kurang mendesak. Pemerintah perlu menerapkan strategi komunikasi yang efektif, dalam pengembangan pariwisata halal. |
| 3.  | Arnis Inrani dan riska Damayanti                          | Kepedulian Masyarakat Muslim terhadap Makanan Halal di Daerah Minoritas (Studi Nurul Falah Kabupaten Tana Toraja)      | Kualitatif            | Meskipun berada di daerah minoritas Muslim, Majelis Masjid Nurul Falaq tetap memperhatikan dan mempertimbangkan kehalalan setiap produk yang dikonsumsi.   |
| 4.  | Jerri Setiawan  | Strategi Komunikasi Badan Penyelenggarra Jaminan Produk Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal Di Media Sosial | Deskriptif Kualitatif | Strategi komunikasi BPJPH mencakup riset kecil, pembuatan desain dan konten kreatif, serta membangun komunikasi yang baik dengan pengikut. BPJPH memanfaatkan berbagai media terutama Instagram.   |

Sumber : Olahan Peneliti

## F. Landasan Teori

### 1. Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno “*strategos*” yang memiliki arti “seni berperang”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi didefinisikan sebagai suatu seni dan ilmu dengan menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai (Gita Ramadani 2022). Strategi pada hakikatnya merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan *management* untuk mencapai sebuah cita-cita bersama, defenisi ini diungkapkan oleh Onang Uchjana, seorang tokoh dalam Ilmu Komunikasi Indonesia. Dalam mencapai tujuan dan cita-cita bersama tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah yang stagnan, namun ia harus menyiapkan langkah-langkah taktis operasional secara terperinci dan jelas. Dalam buku Manajemen Sumber Daya Manusia karya Hadari Nawawi, ia mendefinisikan strategi sebagai suatu usaha dan upaya yang disusun secara sistematis dan terstruktur untuk menjalankan fungsi manajemen dalam mencapai tujuan strategi komunikasi (Setiawan 2021).

Sedangkan komunikasi secara etimologis, berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang berakar pada kata *communis*, yang berarti “sama makna” atau “sama arti”. Ini menunjukan bahwa komunikasi terjadi ketika ada kesamaan makna antara pesan yang disampaikan oleh

komunikator dan diterima oleh komunikan. Secara terminologis, komunikasi adalah proses di mana seorang menyampaikan suatu pesan kepada orang lain. Menurut Shannom dan Weaver, sebagaimana yang dikutip oleh Anwar Arifin dalam bukunya, yang menyatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia di mana setiap individu saling mempengaruhi, baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Komunikasi ini tidak terbatas pada bahasa verbal, tetapi juga mencakup ekspresi wajah, seni, lukisan, dan teknologi (Arifin 1994).

Sedangkan menurut Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membangun atau bertukar informasi satu sama lain, yang pada akhirnya menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam. Mereka menekankan bahwa komunikasi adalah proses sosial yang melibatkan interaksi manusia untuk mencapai pemahaman bersama (Effendy 2002).

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses di mana seseorang menyampaikan pesan menggunakan lambang bahasa, isyarat, gambar, simbol atau gaya, dengan adanya kesamaan makna antara kedua pihak. Hal ini memungkinkan keduanya memahami apa yang akan dikomunikasikan. Namun, jika lambang-lambang tersebut tidak dipahami oleh salah satu pihak, komunikasi akan menjadi tidak efektif dan terhambat.

Strategi komunikasi merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengartikulasikan, menjelaskan secara rinci serta mempromosikan visi dan tujuan komunikasi dalam bentuk perencanaan yang efektif (Liliweri 2011). Sedangkan Hafied (2017) memberikan batasan dalam pengertian strategi komunikasi, ia membatasi strategi komunikasi hanya sebagai suatu rencana yang dirancang khusus untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih luas melalui penyampaian ide-ide baru. Sedangkan Seorang pakar komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyebutkan strategi komunikasi sebagai kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada efek atau pengaruh yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2017).

Definisi lainnya, strategi komunikasi merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*), dengan manajemen komunikasi (*communication management*), untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis (Prof. Dr. Onong Uchjana Effendy 2002). Strategi komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang paling dasar yang digunakan untuk mencapai misi dan tujuan sebuah organisasi, sehingga digunakan sebagai landasan dalam menentukan program dan aktivitas komunikasi yang sesuai dengan misi dan tujuan organisasi (Rachmiatie et al. 2020).

Secara sederhana strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai dasar yang kuat, disusun secara sistematis dan terstruktur, yang merinci taktik operasional untuk mencapai visi dan tujuan dari sebuah organisasi. Oleh karena itu, pemilihan strategi komunikasi menjadi langkah penting yang memerlukan perencanaan yang teliti. Pemilihan strategi komunikasi yang tepat akan membantu organisasi menyampaikan pesan dengan lebih efektif kepada khalayak yang dituju, sehingga visi dan tujuan dapat tercapai secara optimal.

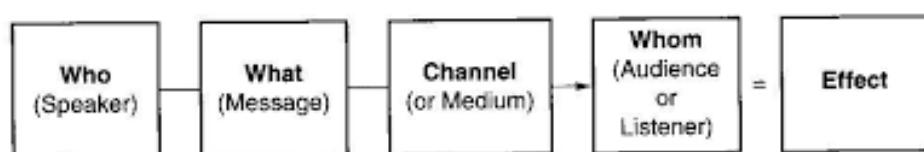
Dalam rangka penyusunan strategi komunikasi, diperlukan pertimbangan yang matang dengan memperhatikan berbagai faktor yang dapat mendukung maupun menghambat proses penyusunan strategi komunikasi. Setiap komponen komunikasi harus dianalisis secara mendalam, termasuk faktor kerangka referensi yang mencakup sudut pandang dan latar belakang audiens, serta situasi dan kondisi dimana komunikasi berlangsung. Selain itu, pemilihan media komunikasi yang tepat menjadi sangat penting untuk memastikan pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Tujuan dari pesan komunikasi juga harus dipertimbangkan agar sesuai dengan visi dan misi yang ingin dicapai. Peran komunikator dalam menyampaikan pesan juga harus tetap diperhatikan, karena keberhasilan sangat tergantung pada bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh khalayak. Semua aspek ini saling berhubungan dan perlu untuk diperhatikan sebelum melakukan proses penyusunan strategi komunikasi.

## 2. Teori Lasswell

Komunikasi yang baik antara individu akan berkembang dan memberikan manfaat bagi diri sendiri maupun orang lain, apabila masing-masing pihak dapat mencapai pemahaman yang sama serta mampu menerapkan model-model komunikasi yang mudah dipahami dan jelas dalam penyampaian pesan, seperti model komunikasi Harold Dwight Lasswell. Dari berbagai teori komunikasi yang disampaikan oleh para ahli, teori dasar yang paling relevan dengan strategi komunikasi adalah teori Harold Lasswell.

Menurut Deddy Mulyana, model komunikasi Lasswell berbentuk ungkapan verbal sebagai berikut: "*who says what in which channel to whom with what effect?*". Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi terdiri dari lima unsur yang menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : komunikator (siapa yang berbicara?), pesan (apa yang disampaikan?), media (melalui saluran apa?), komunikan (kepada siapa?), dan efek (apa dampaknya?). Komunikasi dapat berjalan secara efektif apabila komunikator, komunikan, pesan, media dan efeknya jelas (Deddy Mulyana, 2009). Berikut komponen-komponen dalam teori Lasswell :

Gambar 1 Model Lasswell



Sumber : Deddy Mulyana

- a. Komunikator : dalam hal ini, Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur bertanggung jawab menyampaikan pesan tentang pentingnya sertifikasi halal di wilayah minoritas Muslim. Pesan ini ditujukan terutama kepada masyarakat, khususnya para pelaku usaha, agar mereka dapat memahami dan mengerti pentingnya sertifikasi halal.
- b. Pesan : merupakan informasi atau materi penting yang disampaikan kepada audiens dengan tujuan memberikan pemahaman yang jelas. Pesan merupakan informasi, ide, serta gagasan utama yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada khalayak.
- c. Media : merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Dalam konteks komunikasi, media berfungsi sebagai jembatan antara komunikator dan khalayak, yang memungkinkan informasi, ide atau gagasan dapat disampaikan secara efektif dan efisien.
- d. Receiver : merujuk kepada masyarakat yang menjadi target atau sasaran komunikasi, yakni individu atau kelompok yang diharapkan menerima, memahami dan merespon pesan yang disampaikan oleh komunikator.
- e. Effek : merupakan respon atau reaksi dari komunikasi setelah adanya proses komunikasi yang bisa menimbulkan umpan balik, bisa berupa tanggapan, atau tindakan lain yang dihasilkan dari interaksi.

Setiap komponen dalam strategi komunikasi perlu dikenali dan dipahami dengan baik, karena semua elemen tersebut berkontribusi dalam membentuk strategi komunikasi, khususnya dalam proses penyebaran informasi. Berdasarkan komponen-komponen komunikasi yang disebutkan Lasswell dalam bukunya Hafied Cangara, Komponen strategi komunikasi tersebut terdiri dari :

a. Pemilihan Komunikator

Strategi dalam pemilihan komunikator harus memenuhi berbagai kriteria dan standar tertentu, yang mencakup latar belakang komunikator, kredibilitas yang dapat diandalkan, serta daya tarik yang dimiliki oleh komunikator tersebut. Penetapan kriteria dan standar ini bertujuan untuk mencapai hasil terbaik dalam proses komunikasi yang efektif. Hal ini penting karena komunikator memainkan peran yang sangat signifikan dalam keberhasilan atau kegagalan proses komunikasi.

Penetapan kriteria dan standar yang jelas dalam pemilihan komunikator memiliki tujuan untuk mencapai hasil yang optimal dalam proses komunikasi yang efektif. Seorang komunikator harus memiliki latar belakang yang relevan dan sesuai dengan konteks situasi yang dihadapi. Komunikator bertugas menyampaikan informasi kepada masyarakat sebaiknya memiliki pengetahuan yang mendalam terkait topik dan memiliki pengalaman di bidang tersebut. Selain itu, daya tarik pribadi

komunikator menjadi elemen pendukung, yang mencakup kemampuan berkomunikasi dengan baik, menyampaikan pesan dengan jelas, serta kemampuan interpersonal yang baik untuk menarik perhatian dan minat komunikan.

b. Penyusunan dan Penyajian Pesan

Dalam proses komunikasi, pesan merupakan salah satu komponen yang sangat krusial. Tanpa adanya pesan, seorang komunikator tidak dapat melaksanakan tugasnya dengan optimal. Oleh sebab itu, pesan perlu dirancang dengan cermat dan disampaikan dengan cara yang memungkinkan penerima pesan untuk memahami maknanya. Dalam menyusun dan menyajikan pesan, terdapat dua aspek utama yang harus diperhatikan agar pesan tersebut efektif, yakni:

a) Isi pesan

Isi pesan merupakan bagian utama dari komunikasi, yang mencakup informasi dan ide yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Sehingga aspek pesan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas komunikasi. Untuk membuat pesan lebih efektif, ada beberapa elemen yang harus dipertimbangkan dalam penyusunan isi pesan yakni:

- Materi pendukung : biasanya berupa data, fakta dan bukti yang mendukung pesan utama. Materi pendukung

memperkuat argumen yang dibuat dalam pesan sehingga lebih mudah diterima audiens.

- Visualisasi pesan : visual seperti gambar, grafis, atau video dapat membantu menyampaikan pesan dengan lebih jelas dan menarik, karena visual cenderung lebih mudah dipahami dan diingat dibandingkan dengan teks.
- Pendekatan emosional : pesan yang melibatkan emosi dapat lebih berkesan dan menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan audiens.
- Pendekatan dengan rasa takut : menggunakan rasa takut dalam pesan, seperti menunjukkan resiko atau bahaya, sering kali efektif untuk mendorong audiens bertindak atau menghindari sesuatu yang dianggap berbahaya.
- Kreativitas dan humor : penggunaan elemen kreatif dalam penyampaian pesan dapat membuat komunikasi lebih menarik dan memikat audiens, serta membuat pesan lebih diingat.
- Pendekatan kelompok rujukan : menggunakan pengaruh dari kelompok yang dihormati atau dianggap sebagai panutan oleh audiens dapat meningkatkan daya tarik pesan.

b) Struktur pesan

Dalam strategi penyampaian pesan, struktur pesan memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman keseluruhan yang

diterima oleh audiens. Struktur pesan merujuk pada bagaimana unsur-unsur dalam pesan diorganisasikan. Pengorganisasian unsur-unsur pesan secara strategis memastikan bahwa audiens dapat mengikuti alur pemikiran komunikator. Struktur yang baik membantu dalam memperjelas maksud pesan, menghindari kebingungan, dan meningkatkan daya serap informasi oleh audiens.

c. Pemilihan dan perencanaan media

Pemilihan dan perencanaan media dapat dibagi menjadi tiga kategori utama yakni:

1. The spoken word (yang berbentuk ucapan), yaitu media yang disampaikan dalam bentuk ucapan atau suara.
2. The printed writing (yang berbentuk tulisan), yakni media yang berbentuk tulisan, termasuk gambar, lukisan dan sebagainya
3. The audiovisual media (media yang berbentuk gambar hidup), yakni media yang menyajikan suara dan gambar sekaligus, seperti televisi dan internet.

Tidak ada penentuan pasti mengenai media yang paling baik diantara ketiga jenis tersebut, karena masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Begitu juga dalam menyusun pesan, pemilihan media harus dilakukan dengan hati-hati, yang berarti bahwa media yang dipilih harus memiliki

kesesuaian dengan keadaan dan kondisi audiens, serta mempertimbangkan aspek sosial dan psikologi mereka.

d. Pemilihan dan pengenalan khalayak

Sebelum memulai atau melaksanakan komunikasi, penting untuk memahami siapa yang akan menjadi target komunikasi. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam mengenali audiens, diantaranya :

- 1) Faktor kerangka referensi : Pesan komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka referensi audiens. Kerangka referensi seseorang dibentuk oleh berbagai faktor seperti pengalaman hidup, pendidikan, gaya hidup, norma sosial, status, ideologi, dan aspirasi. Dalam komunikasi antarpribadi, memahami kerangka referensi audiens lebih mudah karena hanya melibatkan satu orang. Namun, tantangan meningkat dalam komunikasi kelompok, terutama jika anggota kelompok belum saling mengenal, seperti peserta umum. Komunikasi yang efektif harus menyesuaikan dengan kerangka referensi individu dalam kelompok tersebut. Dalam komunikasi massa, mengenali kerangka referensi audiens menjadi lebih sulit karena audiensnya sangat beragam dan heterogen. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan melalui media massa biasanya bersifat informatif dan umum agar dapat dipahami oleh semua orang dan relevan bagi kepentingan publik. Namun, jika pesan adalah

untuk membujuk atau mempengaruhi, pendekatan yang lebih efektif adalah membagi audiens menjadi kelompok-kelompok khusus. Dalam konteks ini, komunikasi kelompok atau dialog dua arah jauh lebih tepat, karena memungkinkan interaksi timbal balik yang lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan kelompok tertentu.

- 2) Faktor situasi dan kondisi : faktor situasi dan kondisi memegang peranan yang penting dalam proses komunikasi. Situasi merujuk pada kondisi saat audiens menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang dapat mengganggu jalannya komunikasi bisa diperkirakan sebelumnya, seperti mengadakan rapat karyawan saat hari gajian, yang dapat mengalihkan perhatian mereka. Sedangkan, kondisi mengacu pada keadaan fisik dan mental audiens saat menerima pesan atau disebut juga dengan *states of personality* atau keadaan kepribadian. Komunikasi tidak akan berjalan efektif jika audien sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar. Dalam kondisi seperti ini, lebih baik menunda komunikasi yang terjadi hingga suasana lebih kondusif. Dengan memahami dan menyesuaikan komunikasi dengan situasi dan kondisi audiens sangat penting agar pesan dapat diterima dengan baik.

### 3. Sertifikasi Halal

Sertifikat dapat diartikan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam proses pengawasan kualitas pangan, yang dapat dilakukan melalui pengujian laboratorium atau secara ilmiah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Sertifikasi mutu ini diterapkan untuk memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa pangan yang dibeli telah memenuhi standar kualitas tertentu, tanpa mengurangi tanggung jawab produsen untuk tetap mematuhi kebijakan dan aturan hukum yang berlaku (Ramadhan 2022). Sedangkan halal secara etimologi halal berarti suatu yang diperbolehkan dan dapat dilakukan karena tidak terikat oleh aturan-aturan yang melarangnya (MUI n.d.).

Perintah mengkonsumsi makanan yang halal merupakan perintah, yang merupakan bentuk ketakwaan seorang Muslim kepada Allah SWT, secara tegas dan jelas dalam Q.S Al Maidah ayat 88 yakni

:

**وَكُلُوا مِمَّا رَزَقْنَا اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَانْتَهُوا عَنِ اللَّهِ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ**

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah direzekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Al-Qur'an 2005).

Ayat ini menjelaskan bahwa dalam memilih makanan yang dikonsumsi, hukum kehalalannya harus diperhatikan. Makanan tersebut harus halal baik dari sumbernya, cara mendapatkannya, maupun dari bahan-bahannya. Makanan yang haram adalah makanan yang dianggap buruk dan tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam, karena sesuatu yang

haram dilarang oleh Allah secara tegas. Siapapun yang melanggarnya akan mendapatkan siksaan dari Allah, baik dari dunia maupun akhirat (Qardhawi 2002).

#### 4. Minoritas Muslim

Minoritas dalam Kamus KBBI didefinisikan sebagai golongan sosial yang jumlahnya jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan golongan lain dalam suatu masyarakat tertentu. Ahmad Imam Mawardi yang mendefinisikan minoritas sebagai suatu kelompok apabila dari sisi jumlah memang lebih sedikit dari keseluruhan penduduk mayoritas dan tidak memiliki daya dan kekuasaan sehingga perlu diproteksi hak-hak dan kewajibannya, selain itu juga minoritas ini memiliki ciri khas keminoritasan yang membedakan dari mayoritas, apakah itu atas dasar grup, etnis, budaya, bahasa atau agama. Ahli kettani mendefinisikan minoritas sebagai sekelompok orang yang karena satu dan lain hal menjadi korban pertama despotisme negara atau komunitas tertentu (Rehayati 2011). Berdasarkan definisi yang diungkapkan diatas, seseorang atau kelompok umat Muslim dapat dianggap sebagai minoritas dengan kriteria utama yakni jumlahnya yang kecil. Sebuah kelompok disebut minoritas ketika jumlah mereka sangat sedikit dibandingkan dengan penganut agama lain yang jauh lebih banyak.

## G. Kerangka Pemikiran

Terdapat kesenjangan yang signifikan antara target sertifikat halal dengan jumlah sertifikat yang sudah terbit, yang diakibatkan dari kurangnya partisipasi pelaku usaha dalam proses sertifikasi produk halal. Akibatnya, banyak produk yang beredar belum memiliki jaminan kehalalan.

Adanya hambatan komunikasi yang dihadapi Kementerian Agama Flores Timur di minoritas muslim dalam proses penerapan sertifikasi produk halal seperti adanya misunderstanding dan mispersepsi masyarakat tentang produk

Strategi Komunikasi

Teori Lasswell

Komponen Strategi Komunikasi Lasswell :

1. Pemilihan Komunikator
2. Penyusunan dan Penyajian Pesan
3. Pemilihan dan Perencanaan Media
4. Pemilihan dan Pengenalan Khalayak

Strategi Komunikasi Sertifikasi Produk Halal Daerah Minoritas Muslim

Sumber : Olahan Peneliti

## H. Metode Penelitian

Stevan Dukeshire dalam (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa “*research is the systematic collection and presentation of information*”. Penelitian merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data. Selanjutnya Creswell (2019), menyatakan bahwa metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut Mochtar dalam (Noor, 2020) adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori pada waktu tertentu. Definisi lain diungkapkan oleh Moleong dalam (Pandaleke dkk, 2020), penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Menurut Creswell (Saputri 2018), terdapat beberapa asumsi dasar dalam metode penelitian deskriptif kualitatif yakni :

- a. Penelitian bersifat konjuktural atau spekulatif dan tidak berlandaskan apapun. Kita tidak akan pernah mencapai kebenaran

yang mutlak atau absolut. Oleh karena itu bukti yang dihasilkan dalam penelitian sering kali lemah dan tidak sempurna.

- b. Proses penelitian ini membentuk klaim-klaim, dari klaim yang dibuat kemudian membentuk klaim lain yang kebenarannya lebih kuat.
- c. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi menggunakan instrumen dengan pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau melalui observasi mendalam di lokasi penelitian
- d. Peneliti harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan akurat, yang dapat menjelaskan situasi sebenarnya atau menggambarkan hubungan kausalitas dari suatu masalah.
- e. Aspek paling penting dalam penelitian ini adalah sikap objektif. Peneliti harus menguji ulang metode dan kesimpulan yang mungkin mengandung bias.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah pemerintahan Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur khususnya seksi Bimas Islam yang menangani sertifikasi produk halal serta pihak-pihak yang sekiranya memiliki pengaruh dan bergerak

bidang terkait. Harapannya dengan penentuan subjek ini peneliti dapat dimudahkan dalam mencari data-data yang diperlukan.

Menurut Sugiyono dalam (Tanujaya 2017) objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur dalam proses sertifikasi produk halal di Kabupaten Flores Timur.

Pemilihan narasumber dilakukan dengan cara melakukan pemilihan informan yang dilakukan secara sengaja dengan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang mendalam dan sesuai dengan konteks penelitian, seperti pada penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan memahami fenomena sosial secara spesifik. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa narasumber yang diambil memiliki relevansi dan kompetensi dalam memberikan informasi yang mendalam terkait topik penelitian ( Sugiyono, 2019). Narasumber utama meliputi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses sertifikasi produk halal, seperti pejabat di Bimas Islam Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur, pelaku usaha yang telah mengajukan sertifikasi halal.

### **3. Sumber Data**

Sumber data penelitian dalam kajian ini dibedakan menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan melakukan observasi lapangan. Data primer merupakan data yang bersumber dari catatan yang dimiliki oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer dalam penelitian ini adalah wawancara kepada staf pemerintah Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur, khususnya pada seksi Bimas Islam yang menangani sertifikasi produk halal di Kementerian Agama kabupaten Flores Timur.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumen dan literatur (Sugiyono 2019). Data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur-literatur lain dan observasi lapangan di kantor Kementerian Agama kabupaten Flores Timur.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

##### **a. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data jika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti. Sutrisno Hadi mengungkapkan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam metode wawancara ini diantaranya bahwa subjek adalah orang yang paling tahu dalam permasalahan ini, bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek adalah yang paling benar dan bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepada nya sama dengan apa yang dimaksud (Sugiyono 2019). Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan menyiapkan interview guide yang menjadi penunjuk arah dalam proses wawancara. Peneliti juga menyiapkan alat perekam untuk merekam proses wawancara, juga melakukan proses dokumentasi.

Berikut narasumber dalam penelitian yang dilakukan peneliti :

1. Kepala Seksi Bimas Islam (Drs. Bakir Doni Pulo) : sekaligus ketua PPPH dibawah naungan Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur.
2. Penyelia Halal (Ilyas ) : penanggung jawab PPPH yang akan bertanggungjawab kepada kepala Bimas Islam Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur.

### 3. Humas Kementerian Agama (Dony Kabelen S.pd)

#### b. Observasi

Observasi merupakan satu proses yang kompleks, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono 2019). Dalam penelitian ini, peneliti secara teknik melakukan observasi kepada keseluruhan sistem, mulai dari menentukan lokasi penelitian dengan melakukan observasi secara langsung dari pra-penelitian hingga proses penelitian yakni proses pengambilan data. Peneliti melakukan observasi secara langsung di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur, secara khusus bidang Bimas Islam selama 1 bulan.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan atau menganalisis dokumen yang dibentuk oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek tersebut (Sugiyono, 2019). Dokumentasi berupa tulisan, cetak, gambar, atau rekaman. Akan tetapi bentuk dokumentasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini berupa foto atau gambar yang berkaitan dengan sertifikasi produk halal di kabupaten Flores Timur.

## 5. Metode Analisis Data

Neong Muhamadjir mengemukakan analisi data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi,

wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menjadikannya sebagai temuan bagi orang lain (Rehayati 2011). Pengertian seperti ini serupa dengan pendapat yang diungkapkan oleh Miles dan Huberman (Ajif 2013), analisis terdiri tiga alur kegiatan yang secara bersamaan yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

a. Pengumpulan Data :

Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul dicatat dalam bentuk transkrip wawancara, catatan lapangan atau dokumentasi tertulis.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan dan transformasi kata dasar yang berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Data yang terkumpul kemudian diringkas, dipilih dan atau disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian yakni strategi komunikasi sertifikasi produk halal.

c. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga dapat memungkinkan adanya penarikan

kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang telah direduksi kemudian dinarasikan (deskriptif).

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan pengumpulan data penelitian dari hasil wawancara maupun dokumentasi. Data yang telah dianalisis dapat dimaknai dalam bentuk kata untuk dideskripsikan fakta yang ada di lapangan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian.

6. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, metode verifikasi keaslian data yang digunakan adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran data/informasi melalui berbagai sumber data yang berbeda (Saputri 2018). Peneliti menggunakan triangulasi sumber data wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memverifikasi data hasil penelitian, peneliti akan membandingkan kesesuaian data hasil wawancara antara lembaga Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur dengan para pelaku usaha, peneliti juga membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi serta dokumentasi yang dilakukan peneliti. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan saling mendukung dari berbagai sumber sehingga memberikan gambaran yang lebih valid mengenai strategi komunikasi sertifikasi produk halal di Kabupaten Flores Timur.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi komunikasi sertifikasi produk halal di daerah minoritas Muslim yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur yakni sebagai berikut :

- a. Strategi Pemilihan Komunikator : dalam pemilihan komunikator, Bimas Islam Kementerian Agama Kabupaten Flores Timur menetapkan kepala Kementerian Agama, kepala seksi bimas Islam, para penyelia halal, beberapa stakeholder yang bekerjasama dengan Kementerian Agama sebagai komunikator dalam penyampaian pesan.
- b. Strategi Penyusunan dan Penyajian Pesan diantaranya : 1) Pesan yang disampaikan difokuskan pada jaminan keamanan dan kesehatan produk, mengingat produk bersertifikasi halal telah melalui proses verifikasi yang ketat. 2) Pesan yang disampaikan menekankan bahwa sertifikasi halal membuka peluang yang lebih besar bagi produk untuk diterima di pasar yang lebih luas. 3) Penyampaian pesan bahwa proses sertifikasi halal didampingi oleh pihak Kementerian Agama, diharapkan masyarakat menjadi lebih terbuka untuk menerima dan memproses produknya. 4) Membuat visual yang menarik dalam setiap penyampaian materi dalam setiap sosialisasi.
- c. Pemilihan dan Perencanaan Media : dalam pemilihan media yang dilakukan oleh Bimas Islam sejauh ini menggunakan beberapa media yaitu Brosur atau flyer, website, media sosial, seperti Instagram, dan

Facebook. Dalam prosesnya Facebook menjadi pilihan utama Bimas Islam karena dinilai paling efektif untuk menjangkau masyarakat Flores Timur.

- d. Pemilihan dan Pengenalan Khalayak : pada tahapan terakhir, yakni dengan mengidentifikasi dan mengelompokan khalayak berdasarkan pada karakteristik, sosial, budaya dan ekonomi. Namun, Bimas Islam perlu melakukan perencanaan pemilihan dan pengenalan khalayak yang lebih terarah dengan memperhitungkan seperti bagaimana nilai-nilai budaya, tingkat literasi serta kondisi ekonomi yang mempengaruhi cara masyarakat menerima informasi terkait sertifikasi halal.

## B. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan dan temuan penelitian, peneliti menawarkan beberapa rekomendasi untuk perbaikan dalam strategi komunikasi dalam proses sertifikasi produk halal daerah minoritas Muslim. beberapa saran tersebut diantaranya :

### 1. Saran untuk Kementerian Agama Flores Timur

Kedepannya lebih memperkuat kolaborasi dengan dinas-dinas terkait, yang memiliki daya untuk menarik khalayak, memperkuat juga hubungan dengan tokoh agama setempat, organisasi daerah atau komunitas. Selanjutnya Bimas Islam atau Humas Kementerian Agama lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial. Meskipun Humas Kementerian Agama sudah memilih Facebook dengan dengan

mempertimbangkan segmennya, namun Bimas Islam bisa memaksimalkan lagi penggunaan platform digital lainnya seperti Instagram dan Tik Tok, terutama untuk menjangkau generasi mudah.

## 2. Saran untuk Masyarakat

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa harapan dan saran peneliti untuk Masyarakat Flores Timur diantaranya; peneliti mengharapkan sikap terbuka masyarakat Flores Timur terhadap konsep dan manfaat produk halal terkhusus untuk daerah minoritas Muslim untuk mendorong kemajuan ekonomi daerah terlepas dari latar belakang agama.

## 3. Saran untuk penelitian selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, lebih menekankan pada dampak ekonomi dan sosial dari sertifikasi produk halal bagi pengusaha lokal dan masyarakat konsumen di daerah minoritas Muslim dan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai kontribusi sertifikasi halal terhadap pembangunan ekonomi daerah. Selanjutnya yang tidak kalah pentingnya, diharapkan pada penelitian selanjutnya lebih memfokuskan pada peran sertifikasi halal di daerah minoritas Muslim dalam pengembangan pariwisata di Flores Timur, mengingat Flores Timur memiliki potensi pariwisata yang besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kanwil Kementerian. n.d. "Data Umat Kanwil Kementerian Agama Provinsi NTT." Retrieved (<https://ntt.kemenag.go.id/data/data/umat.php>).
- Agus, Panji Adam. 2017. "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1(1):150–65. doi: 10.29313/amwaluna.v1i1.2172.
- Ajif, Pradita. 2013. "Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga." *Jurnal Penelitian* 31–40.
- Al-Qur'an, Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir. 2005. *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an Dan Terjemahan*. edited by L. P. M. A.-Q. D. A. R. Indonesia. Indonesia: CV Penerbit J-ART.
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV ARMICO.
- Gita Ramadani, Difa. 2022. "Strategi Komunikasi Lembaga Pemeriksa Halal Dalam Menyosialisasikan Urgensi Sertifikasi Halal."
- Ibrahim, Arnis Inrani, and Riska Damayanti. 2021. "Kepedulian Masyarakat Muslim Terhadap Makanan Halal Di Daerah Minoritas (Studi Majelis Masjid Nurul Falah Kabupaten Tana Toraja)." *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya* 2(1):1–10. doi: 10.55623/ad.v2i1.59.
- Kompas. 2024. "Strategi Dan Program Pembangunan Menuju Flores Timur." *Kompas Tv*. Retrieved ([https://youtu.be/z\\_ZczzZTpTo?si=9lE1JyJ9B41yImmU](https://youtu.be/z_ZczzZTpTo?si=9lE1JyJ9B41yImmU)).
- Lutfiyah, Zeni. 2020. "Urgensi Sertifikasi Halal Terhadap Produk Pangan, Barang Dan Jasa, Serta Obat-Obatan Dalam Kaitannya Dengan Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret* 142–68.
- Maghfirotin, Maghfirotin, Nurul Istifadah, Wiwik Saidatur Rolianah, Kholid Albar, and Farhadi Arifiansyah. 2022. "Penguatan Kesadaran Masyarakat Tentang Sertifikasi Halal Di Wilayah Desa Karangrejo Manyar Gresik." *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat* 3(2):268–75. doi: 10.35311/jmpm.v3i2.110.
- MUI, LPPOM. n.d. "LPPOM MUI."

- Noor (2011: 138). 2020. "Analisis Kesalahan Penggunaan Ejaan Pada Karangan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Pandaleke, Tommy, Frans Waleleng, and J. Grace. 2020. "Peran Komunikasi Sosial Masyarakat Dalam Melestarikan Bahasa Daerah Pasan Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara." *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3):<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna>.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2014. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." *Undang – Undang Republik Indonesia* (1):1–40.
- President of The Republic of Indonesia. 2021. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal." *Goverment of The Republic of Indonesia* (086085):1–110.
- Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A., Ph. ... 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung.
- Prof. Dr. Onong Uchjana Effendy, M. ... 2002. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. edited by T. Surjaman. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Prof.Dr. Sugiyono.S.Pd, MT. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B*. kedua ceta. edited by M. Dr.Ir. Sutopo.S.Pd. Bandung: Alfabeta, Bandung.
- Prof.Dr.Alo Liliweri, M. ... 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. cetakan 1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Prof.H.Hafied Cangara, M.Sc., Ph. ... 2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Revisi cet. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Qaradhwawi, Yusuf. 2002. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Cet. 1. Jakarta: Robbani Press.
- Rachmiatie, Atie, Rahma Fitria, Karim Suryadi, and Rahmat Ceha. 2020. "Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Halal Hotel Di Indonesia Dan Thailand." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 4(1):55–74. doi: 10.29313/amwaluna.v4i1.5256.
- Rehayati, Rina. 2011. "Minoritas Muslim: Belajar Dari Kasus Minoritas Muslim Di Filipina." *Ushuluddin* XVII No 2(2):225–42.
- Rifky Setiawan, and Muhammad Mirza Pahlevi. 2023. "Potensi Perkembangan Halal Food Di Denpasar Bali." *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata* 19(1):34–39. doi: 10.56910/gemawisata.v19i1.269.

- Riyanti, Khatin. 2017. "Kerjasama Pemerintah Korea Selatan Dengan Federasi Muslim Korea Dalam Pariwisata Dan Ekspor Korean Food." *Fisip Umy* 48.
- Saputri, Farida Ayu. 2023. "Urgensi Halal Food Di Daerah Minoritas Muslim (Studi Pada Masyarakat Karangasem Bali)." *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo* 1–14.
- Saputri, Melly Indri. 2018. "Komunikasi Pariwisata Lombok Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal (Studi Deskriptif Pada Dinas Pariwisata Provinsi NTB)." *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Setiawan, Jerri. 2021. "Strategi Komunikasi Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Di Media Sosial Instagram." *Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. cetakan ke. edited by M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd. Alfabeta, Bandung.
- Tanujaya, Chesley. 2017. "Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2(1):90–95.
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre. 2021. *Muslim 500*.

