

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA
DALAM SOSIALISASI KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL
BAGI PELAKU USAHA DI KECAMATAN KUALUH
SELATAN KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh

HOTMAIDA PANJAITAN

NIM. 2130100005

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA
DALAM SOSIALISASI KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL
BAGI PELAKU USAHA DI KECAMATAN KUALUH
SELATAN KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh

HOTMAIDA PANJAITAN

NIM. 2130100005

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA
DALAM SOSIALISASI KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL
BAGI PELAKU USAHA DI KECAMATAN KUALUH
SELATAN KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

Oleh

HOTMAIDA PANJAITAN

NIM. 2130100005

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Drs. Kamaluddin, M.Ag.

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Dr. Mhd Latip Kahpi, M. Kom. I.

Dr. Mhd Latip Kahpi, M. Kom. I
NIP. 199112242019031008

*Bu
Ke
Pembimbing I*

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASANAHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Skripsi
a.n Hotmaida Panjaitan
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 2025
Kepada Yth:
Ibu Dekan FDIK
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamualaikum wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Hotmaida Panjaitan yang berjudul : **"Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Pembimbing I

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

Pembimbing II

Dr. Mhd. Latip Kahpi, M. Kom.I
NIP. 199112242019031008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : HotmaidaPanjaitan
NIM : 2130100005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik pasal 14 ayat 2 Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan. Pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan,

2025

Pernyataan,



Hotmaida Panjaitan

NIM. 2130100005

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hotmaida Panjaitan
NIM : 2130100005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive) Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaen Labuhanbatu Utara”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 2025

Saya yang menyatakan,



HOTMAIDA PANJAITAN
NIM. 2130100005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Hotmaida Panjaitan
NIM : 2130100005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara

Ketua

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP.196606062002121003

Anggota

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag
NIP.196606062002121003

Drs. Kamaluddin M.Ag.
NIP. 1965110219911031001

Sekretaris

Dr. Mhd Latip Kahpi, M. Kom.I
NIP. 199112242019031008

Dr. Mhd Latip Kahpi, M. Kom.I
NIP. 199112242019031008

Ali Amran, Msi
NIP. 19760113200901105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : 05 Juni 2025
Pukul : 76,25
Hasil/Nilai : Lulus / (B)
Indeks Prestasi Kumulatif :
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 32/Un.28/F.6a/PP.00.9/06/2025

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi
Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan
Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara
Nama : Hotmaida Panjaitan
NIM : 2130100005
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidempuan, 23 Juni 2025

an Dekan,
PLh Dekan

Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A
NIP. 198404032015031004

ABSTRAK

Nama : Hotmaida Panjaitan

Nim : 2130100005

Judul : “Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara”

Sertifikasi halal memegang peranan krusial dalam konteks ekonomi dan sosial di Indonesia, sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim. Kewajiban sertifikasi halal bertujuan menjamin keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan ketersediaan produk halal bagi konsumen, sekaligus meningkatkan reputasi, kepercayaan, daya saing, dan pendapatan pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan pentingnya sertifikasi ini. Namun, masih terdapat tantangan dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan terhadap kewajiban sertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Informan penelitian meliputi Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, Kepala Bimas, Penyuluh dan pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara melakukan strategi komunikasi yang melibatkan sosialisasi, pendampingan, dan penyediaan informasi melalui media sosial *facebook* (@Pendis Kemenag Labura) dan *Instagram* (@Kemenaglabura). Strategi ini berfokus pada penyampaian pesan mengenai pentingnya sertifikasi halal dan prosedur pengajuannya. Meskipun upaya sosialisasi telah dilakukan 3 kali dalam satu tahun di Kecamatan Kualuh Selatan, tingkat kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha masih kurang. Ditemukan bahwa 14 pelaku usaha menganggap sertifikasi halal tidak penting, diharapkan untuk semakin menyadari urgensi sertifikasi halal demi keamanan dan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Pelaku Usaha, Kementerian Agama

ABSTRACT

Name : Hotmaida Panjaitan

NIM : 213010005

Title : “Communication Strategy of the Ministry of Religion in Socializing Halal Certification Obligations for Business Actors in South Kualuh District, North Labuhanbatu Regency”

Halal certification plays a crucial role in the economic and social context in Indonesia, as a country with a Muslim majority population. The obligation to obtain halal certification aims to ensure the safety, comfort, security, and availability of halal products for consumers, while increasing the reputation, trust, competitiveness, and income of business actors. Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance emphasizes the importance of this certification. However, there are still challenges in increasing awareness and compliance of business actors with this regulation. This study aims to analyze the communication strategies used by the Ministry of Religious Affairs of North Labuhanbatu Regency in increasing awareness and compliance of business actors in Kualuh Selatan District with the obligation to obtain halal certification. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection was carried out through in-depth interviews, observations, and documentation studies. Research informants included the Head of the Office of the Ministry of Religious Affairs of North Labuhanbatu Regency, Head of Community Guidance, Extension Workers and business actors in Kualuh Selatan District. The results of the study indicate that the Ministry of Religious Affairs of North Labuhanbatu Regency carried out a communication strategy involving socialization, assistance, and provision of information through social media Facebook (@Pendis Kemenag Labura) and Instagram (@Kemenaglabura). This strategy focuses on conveying messages about the importance of halal certification and its application procedures. Although socialization efforts have been carried out 3 times in one year in Kualuh Selatan District, the level of awareness and compliance of business actors is still lacking. It was found that 14 business actors considered halal certification unimportant, it is hoped that they will become more aware of the urgency of halal certification for the sake of consumer safety and trust.

Keywords: Communication Strategy, Socialization, Business Actors, Ministry of Religious Affairs

تجريدي

الاسم : هوتمايدا بانجايتان

نيم : ٥...١.٢١٣

العنوان : "استراتيجية الاتصال لوزارة الأديان في إضفاء الطابع الاجتماعي على التزامات شهادات الحلال للجهات الفاعلة في منطقة

جنوب كوالوه ، شمال لابوهانباتو"

تلعب شهادة الحلال دورا حاسما في السياق الاقتصادي والاجتماعي في إندونيسيا ، كدولة ذات أغلبية مسلمة. يهدف الالتزام بشهادة الحلال إلى ضمان سلامة وراحة وسلامة وتوافر المنتجات الحلال للمستهلكين ، مع زيادة سمعة وثقة وتنافسية ودخل الجهات الفاعلة في مجال الأعمال. يؤكد القانون رقم 33 لسنة 2014 بشأن ضمان المنتج الحلال على أهمية هذه الشهادة. ومع ذلك ، لا تزال هناك تحديات في زيادة الوعي وامتنال الجهات الفاعلة في مجال الأعمال لهذه اللائحة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات الاتصال التي تستخدمها وزارة الديانات في شمال لابوهانباتو ريجنسي في زيادة الوعي وامتنال الجهات الفاعلة في مجال الأعمال في منطقة جنوب كوالوه لالتزامات إصدار الشهادات الحلال. تستخدم هذه الدراسة نهجا نوعيا بأسلوب وصفي. تم جمع البيانات من خلال المقابلات المتعمقة والملاحظات ودراسات التوثيق. ومن بين المخبرين الباحثين رئيس مكتب وزارة الشؤون الدينية في شمال لابوهانباتو ريجنسي، ورئيس بيماس، وعمال الإرشاد والجهات الفاعلة في مجال الأعمال في مقاطعة جنوب كوالوه. تظهر نتائج الدراسة أن وزارة الدين في شمال لابوهانباتو ريجنسي تنفذ استراتيجية اتصال تتضمن التنشئة الاجتماعية والتوجيه وتوفير المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك وزارة الدين لابورا) و إنستغرام وتركز هذه الاستراتيجية على إيصال رسالة حول أهمية شهادة الحلال وإجراءات تقديمها. على الرغم من أن جهود التنشئة الاجتماعية قد تم تنفيذها 3 مرات في عام واحد في منطقة جنوب كوالوه ، إلا أن مستوى الوعي والامتنال للجهات الفاعلة في مجال الأعمال لا يزال غير موجود. وجد أن 14 جهة فاعلة في مجال الأعمال اعتبرت شهادة الحلال غير مهمة ، ومن المتوقع أن تكون أكثر وعيا بالحاجة الملحة لإصدار شهادات الحلال من أجل سلامة المستهلك وثقته.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاتصال، التنشئة الاجتماعية، الجهات الفاعلة في مجال الأعمال، وزارة الدين

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan tugas dan syarat guna memperoleh gelar sarjana. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Suatu kebanggaan tersendiri jika tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Judul skripsi **Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara**. Bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak ringan. Penulis sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku wakil Rektor bidang Kemahasiswaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Ibu Nurfitriani M. Siregar, M. Kom.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M. Ag, selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Mhd Latip Kahpi, M. Kom. I, selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ali Mukti, S.Ag., selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunkasi beserta staffnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Mursalin Harahap, selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pelayanan administrasi yang baik demi kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., M.Hum, selaku kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penulisan ini.
8. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Cinta pertama dan panutanku Ayahanda M. Sulaiman Panjaitan dan Pintu Syurgaku Ibunda Fitriani Pasaribu terimakasih atas tulus kasih yang diberikan, terima kasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan

kerja keras yang dilakukan untuk memberikan terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing dan motivasi serta dukungan dan mendo'akan penulis dalam keadaan apapun agar penulis mampu bertahan untuk melangkah meraih mimpi di masa depan. Terima kasih untuk selalu berada disisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh sarjana.

10. Terima kasih yang tersayang kepada Tiurma Tarida Panjaitan (Kakak), Rahmat Pauli Panjaitan (Adik), Bangkit Panjaitan (Adik), Alfian Khoir Panjaitan (Adik), dan Nurul Cinta Panjaitan (Adik), saudara kandung penulis yang selalu memberikan dukungan, dan selalu berkontribusi mengusahakan kebutuhan penulis dan motivasi kepada penulis sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Oppungku Amrah Harahap (Pung Tet) yang telah mendukung dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada saudara yang tak sedarah Fitri Handayani Siregar, sahabat terbaik penulis yang selalu ada memberikan dukungan, motivasi, waktu dan tenaga kepada penulis di perantauan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada sahabatku Himayatu Thoyyibah, Heni Aprida Sipahutar, Khotimah Hasibuan dan Rizka Trisdayuni, yang telah menjadi teman penulis mulai 2021 sampai saat ini dan banyak berpartisipasi selama perjalanan kuliah, yang telah berbagi suka dukanya semoga kita semua sukses dijalannya masing-masing.
14. Teman-teman seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2021 yang telah menjadi teman diskusi selama perkuliahan.
15. Terimakasih kepada kawan satu kost ku Fitri, Astria, Rukia, Fannisa, Riska dan yang lainnya yang sudah berpartisipasi menjadi tim sukses dalam penyusunan skripsi ini.

16. Terimakasih kepada Kepala Kantor, Kepala Bimas Islam dan Kepada penyuluh Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara sudah bersedia menjadi informan dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.
17. Terimakasih kepada para pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara sudah bersedia menjadi informan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
18. Dan yang terakhir, kepada diriku sendiri, Hotmaida Panjaitan. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai saat titik ini, yang selalu berusaha dan mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Selalu bersyukur dan berbahagialah dimana pun berada.

Penulis menyadari sepenuhnya akan adanya keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi masih memiliki banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidimpuan, Mei 2025
Penulis

Hotmaida Panjaitan
NIM. 2130100005

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Batasan Istilah	8
D. Perumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	12
1. Strategi Komunikasi	12
2. Teori Komunikasi Organisasi	19
3. Sosialisasi	23
4. Sertifikasi Halal.....	26
5. Implementasi Strategi Komunikasi	33
6. Kajian Terdahulu.....	34
7. Kerangka Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	38
B. Jenis Penelitian	39

C. Subjek Penelitian.....	39
D. Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	45
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Deskripsi Data Penelitian.....	55
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
D. Keterbatasan Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Kajian Terdahulu	35
Tabel III.1 Waktu Penelitian	38
Tabel IV.1 Informan Penelitian	53
Tabel IV.2 Jumlah Pelaku Usaha	53
Tabel IV.3 Data Pelaku Usaha.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Era Baru Proses Sertifikasi Halal	29
Gambar II.2 Label Halal	31
Gambar II.3 Kerangka Penelitian	37
Gambar IV.1 Kantor Kemenag Labura	50
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Kemenag Labura	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kewajiban sertifikasi halal sangat penting dalam beberapa aspek, terutama dalam konteks ekonomi dan sosial di Indonesia, yang merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Produk halal dapat dipercaya dan diminati oleh masyarakat luas, baik domestik maupun internasional. Sertifikasi halal juga dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang diproduksi oleh pelaku usaha, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan ekonomi.¹

Sertifikasi halal merupakan serangkaian proses yang harus dilalui pelaku usaha baik perseorangan ataupun badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum untuk mendapatkan sertifikat halal.² Sertifikat halal diperoleh melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan LPPOM MUI.

Sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.³ Sertifikasi halal sebagai perlindungan konsumen dari berbagai

¹ Deviana Yuanitasari, "Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal pada UMKM di Kabupaten Sumedang", *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, Vol. 5, No. 2, 2024, hal. 2.

² Zainal Mustakim, Oki Setiawan dkk, "Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi UMKM di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik", *Journal of Community Service*, Vol. 4, No. 2, 2022, hal. 222.

³ Warto, Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia", *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 101.

macam makanan dan minuman yang dianggap tidak layak sesuai syariat Islam khususnya Indonesia yang penduduknya mayoritas beragama Islam.⁴

UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU BPJPH) yang telah diubah oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Undang-undang ini mewajibkan produk yang beredar di wilayah Indonesia untuk memiliki sertifikat halal sebagai jaminan kehalalan produk. Selain itu, ada juga pertimbangan syariah dan perlindungan konsumen yang mendorong pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal.

UU ini juga menegaskan bahwa pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan jaminan produk halal, termasuk membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama.⁵ Umat muslim memiliki beberapa hal yang harus dipenuhi sehingga suatu pangan tersebut bisa dikonsumsi.⁶

Terdapat prosedur-prosedur yang harus dilakukan serta hal-hal yang harus dihindarkan agar pangan tersebut dapat dikonsumsi oleh umat muslim, berdasarkan ajaran islam, seorang muslim diperintahkan untuk mengkonsumsi makanan halal seperti tertuang dalam Q.S Al-Baqarah 168-169:

⁴ Puji Adam Agus Putra, "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.1, No. 1, 2017, hal. 153.

⁵ Fathia Sarifah "Kewajiban Sertifikasi Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Pada Produk Pangan Olah" (JDIH Prov Kalteng, 2021), <https://jdih.kalteng.go.id/berita/baca>, diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 08.06 WIB.

⁶ N. Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif (Regulasi dan Implementasi di Indonesia)* (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2011), hal. 162-163.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الرِّزْقِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ نَالِمًا
يَا مَرْكُم بِالْسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَكَ تَعْلَمُونَ

Terjemah: Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya (setan) itu hanya menyuruh kamu agar berbuat jahat dan keji, dan mengatakan apa yang tidak kamu ketahui tentang Allah.⁷

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa pentingnya memberikan landasan etika dan hukum yang mendalam terkait dengan konsumsi dan perilaku manusia. Kedua ayat ini secara spesifik menekankan pentingnya mengonsumsi makanan halal dan baik, tujuannya adalah memastikan produk yang beredar dimasyarakat tidak hanya aman dan bersih, tetapi juga memenuhi standar kehalalan sesuai syariat islam.

Pemilihan lokasi Kecamatan Kualuh Selatan didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah ini merupakan daerah beragam pelaku usaha. Kecamatan Kualuh Selatan adalah Kecamatan dengan kepadatan penduduk cukup tinggi di Kabupaten Labuhanbatu Utara, mencapai 36. 020 jiwa per km²⁸ yang menunjukkan potensi pasar yang besar, hal ini terlihat dari banyaknya pelaku usaha yang beroperasi di wilayah tersebut. Namun, masih banyak pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan yang belum memiliki sertifikat halal dan banyak dari mereka yang masih menggunakan proses produksi yang tidak memenuhi standar kehalalan, sehingga perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi

⁷ Kementerian Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), hal. 25.

⁸ Badan Pusat Statistik Indonesia, "Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan", <https://labuhanbatuutarakab.bps.go.id>, diakses Pada Tanggal 21 Desember 2024, Pukul 07.10 WIB.

untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal.

Hal ini tentunya berdampak negatif terhadap perkembangan ekonomi di wilayah tersebut, karena banyak pelaku usaha yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: Kurangnya informasi tentang sertifikasi halal, biaya pengurusan sertifikat halal yang relatif mahal, proses pengurusan sertifikat halal yang rumit dan ketidakpedulian pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikat halal, dengan demikian, pelaku usaha dapat memenuhi kewajiban sertifikasi halal dan meningkatkan kualitas produk yang diproduksi.

Kondisi ini dapat menimbulkan beberapa permasalahan, yang pertama kurangnya kepercayaan konsumen, dimana konsumen muslim cenderung memilih produk yang telah bersertifikat halal, sehingga pelaku usaha yang belum bersertifikat halal dapat kehilangan pangsa pasar. Kedua, persaingan yang tidak sehat, pelaku usaha yang belum bersertifikasi halal dapat menjual produk dengan harga yang lebih murah, namun hal ini dapat merugikan konsumen dan pelaku usaha yang telah bersertifikat. Ketiga pelanggaran terhadap regulasi, pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk tertentu, sehingga pelaku usaha yang tidak memiliki sertifikasi halal dapat dikenai sanksi.

Tujuan pengurusan Bimas Islam Kementerian Agama di Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara dan Pedamping Proses Produk Halal (PPH) untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk, rasa aman dan nyaman bahwa produk halal tersedia. Selain itu, bagi perusahaan yang memproduksi dan menjual produk halal, dapat memberikan nilai tambah di mata konsumen.⁹ Disamping itu, penyediaan produk halal kepada pelaku usaha yang membutuhkan dukungan finansial melaksanakan jaminan halal itu sendiri.

Sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal, dengan demikian, produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar kehalalan yang diharapkan oleh konsumen, terutama masyarakat Islam. Maka dari itu Kementerian Agama memiliki peran penting dalam mensosialisasikan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan tugas dan fungsi Kementerian Agama dalam membina dan mengembangkan kehidupan keagamaan umat Islam di Indonesia. Sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha oleh Kementerian Agama dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain:

1. Mengadakan seminar atau workshop tentang sertifikasi halal
2. Melakukan sosialisasi melalui media massa

⁹ Siti Indah Purwaning, Hikmatul Hasanah, "Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan UMKM", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 2, 2021, hal. 25.

Menjamin produk halal adalah bagian dari tanggung jawab produsen kepada konsumen muslim di Indonesia, untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal, maka pelaku usaha perlu memiliki sertifikasi halal MUI.¹⁰ Strategi komunikasi yang efektif dari Kementerian Agama diperlukan untuk mensosialisasikan kewajiban sertifikasi halal kepada para pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan.

Hal ini mencakup pemilihan saluran komunikasi yang tepat, penyusunan pesan yang mudah dipahami, serta pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kementerian Agama dalam mensosialisasikan kewajiban sertifikasi halal kepada pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi perbaikan strategi komunikasi Kementerian Agama ke depannya, sehingga sosialisasi sertifikasi halal dapat berjalan lebih efektif. Kementerian Agama Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara harus melakukan sosialisasi sertifikasi halal dengan menjalin komunikasi dengan pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal dari pemerintah, dengan demikian komunikasi sangat penting karena berkaitan dengan keinginan manusia untuk menguasai lingkungan.¹¹

Manusia bisa mengetahui melalui komunikasi untuk menggunakan, melindungi dan menghindari ancaman terhadap lingkungan alam. Berdasarkan

¹⁰Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum System Jaminan Halal LPPOM-MUI*, (Jakarta: LPPOM MUI, 2008), hal. 7.

¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 151.

penjelasan diatas menunjukkan bahwa Kementerian Agama Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara membutuhkan komunikasi untuk mengubah sikap dan perilaku pelaku usaha yang ingin mematuhi peraturan pemerintah dalam mengajukan sertifikasi halal bagi usahanya.

Strategi pada dasarnya merupakan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi seharusnya tidak hanya bertindak sebagai peta jalan untuk menunjukkan arah tetapi juga menunjukkan taktik bagaimana beroperasi. Kementerian Agama Kecamatan Kualuh Selatan perlu memiliki strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada pelaku usaha dapat diterima dan direspon dengan mempunyai sertifikasi halal.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan melakukan penelitian skripsi berjudul **“Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara”**.

B. Batasan Masalah

Agar masalah yang dikaji terfokus dan terarah, maka peneliti membatasi penelitian ini pada masalah yang ke satu, dengan judul **“Strategi Komunikasi Kementerian Agama dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara”**. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi Kementerian Agama dalam meningkatkan kesadaran dan

mendorong sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara.

C. Batasan Istilah

Batasan istilah digunakan untuk menghindari salah paham dan memberikan batasan atas fokus objek yang sudah diteliti. Maka penulis memberikan penjelasan terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya.

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.¹² Dalam konteks penelitian ini yang dimaksud strategi komunikasi adalah tahapan-tahapan atau panduan komunikasi yang digunakan oleh Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kabupaten Labuhanbatu Utara.

2. Kementerian Agama

Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) adalah lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas urusan keagamaan di Indonesia. Kementerian ini memiliki peran penting dalam menyelenggarakan pemerintahan di bidang agama, termasuk pelayanan kepada masyarakat dari berbagai latar belakang agama, seperti Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha,

¹² Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hal. 5.

dan Konghucu.¹³ Dalam konteks penelitian ini yang dimaksud Kementerian Agama adalah Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara.

3. Sosialisasi

Menurut James W. Vander Zanden sosialisasi adalah proses belajar interaksi sosial dimana seseorang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai dan perilaku yang esensial untuk keikutsertaan efektif dalam masyarakat.¹⁴ Dalam konteks penelitian ini yang dimaksud dengan sosialisasi adalah bagaimana cara Kementerian Agama mensosialisasikan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kabupaten Labuhanbatu Utara.

4. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha di wilayah hukum Republik Indonesia. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang dan jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.¹⁵ Dalam konteks penelitian ini pelaku usaha yang dimaksud yaitu pelaku usaha makanan dan minuman yang berada di Kabupaten Labuhanbatu Utara.

D. Perumusan Masalah

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan menjawab pertanyaan utama yaitu:

¹³ Kementerian Agama RI, "Sejarah", (<https://kemenag.go.id>), diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 07:43 WIB.

¹⁴ KBBI Online "Sosialisasi", (<https://kbbi.web.id/sosialisasi>), diakses pada tanggal 10 November 2024, Pukul 17:35 WIB.

¹⁵ Hukumonline, "Definisi Istilah Hukum Pelaku Usaha", (<http://www.hukumonline.com>), diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 07.48 WIB.

1. Bagaimana strategi komunikasi kementerian agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara?
2. Bagaimana implementasi strategi komunikasi Kementerian Agama untuk melakukan sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Kementrian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi komunikasi Kementerian Agama untuk melakukan sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara

F. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan penelitian dari ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini akan memberi pembaca wawasan baru dan informasi. Khususnya mereka yang belum tahu tentang sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan sangat bermanfaat karena mempelajari banyak tentang proses sertifikasi halal baik makanan ataupun minuman.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat juga memperoleh manfaatnya, sertifikasi halal yang dijadikan sebagai penelitian oleh peneliti membuat penanganan sertifikasi halal agar masyarakat mengetahui bagaimana proses Kementrian Agama di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam menangani sertifikasi halal, Khususnya bagi pelaku usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

a. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Arifin Anwar strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi dan akan dihadapi, untuk mencapai efektivitas. Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima respons dengan maksud tertentu berupa media, materi pesan, serta efek yang hendak dicapai sehingga dapat sesuai dengan tujuan.¹⁶

Sebagaimana yang terdapat dalam buku Onong Uchjana berjudul Dimensi-dimensi Komunikasi, dijelaskan bahwa definisi strategi komunikasi merupakan per panduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) serta manajemen (*communication management*) dengan tujuan tercapainya suatu tujuan. Maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumusan Harold Laswell: *Who, Says What, in Which Channel, to Whom, With What Effect*.¹⁷

Sebagai contoh upaya pembuktian atas sejumlah kebenaran maupun kesalahan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari antara yang

¹⁶ Mudjiono Dimiyati, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hal. 126.

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumi, 2009), hal. 84

direncanakan dengan realita bisa dilakukan. Itulah salah satu gambaran dari sebuah strategi komunikasi yang dilakukan secara individu maupun kelompok.¹⁸

Strategi pada hakikatnya adalah kombinasi proses perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁹ Sedangkan menurut Middleton seperti dikutip oleh Hafied Cangara, membuat definisi dengan menyatakan Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²⁰

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi adalah tahapan konkrit dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi, adapun tehnik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.²¹ Komunikasi sebagai sarana penyampaian informasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi, namun ada beberapa kendala dalam komunikasi, dan terkadang tujuan yang ingin dicapai tidak sesuai dengan harapan.

¹⁸ Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: CV Armico, 1994), hal. 25.

¹⁹ Mhd Latip Kahpi, "Strategi Komunikasi BNNK Tapanuli Selatan Dalam Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN), *Jurnal Hikmah*, Vol. 16, No. 2, 2022, hal. 10.

²⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 34.

²¹ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), hal. 288-289.

Hambatan komunikasi meliputi hambatan fisik, hambatan psikologis, hambatan organisasi, hambatan bahasa dan lain-lain, untuk mengatasi hambatan komunikasi tersebut diperlukan strategi komunikasi sebagai bentuk mengirimkan informasi. Strategi komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi dengan tujuan tertentu bagi suatu organisasi untuk mencapai misi.²²

2. Tahapan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, dengan tujuan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku khalayak atau sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas maka Kementerian Agama Kecamatan Kualuh Selatan perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut.²³

3. Pemilihan Komunikator

Untuk mencapai hasil positif dalam proses komunikasi, komunikator harus menciptakan kesamaan kepentingan dengan khalayak, terutama dalam hal pesan, metode dan media untuk menyeimbangkan kepentingan tersebut, komunikator harus memahami pola pikir dan pengalaman dilapangan (*field of experience*) secara tepat dan menyeluruh.

4. Menyusun Pesan

Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu tetapi lambang yang

²² *Ibid*, hal. 30.

²³ T. Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, (Jakarta: Buku Seru, 2011), hal. 8.

dipergunakan bisa bermacam-macam seperti bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*) dan sebagainya. Komunikasi akan efektif apabila komunikan menginterpretasi makna pesan sesuai dengan keinginan komunikator.

5. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak bentuknya seperti media tulis atau cetak, visual, aural dan audio visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi, seorang komunikator dapat memilih media yang sesuai bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang dipergunakan. Penggunaan saluran atau media dalam komunikasi interpersonal semata-mata dilakukan karena kondisi yang tidak memungkinkan berkomunikasi secara tatap muka.²⁴

6. Macam-Macam Strategi Komunikasi

Menurut Arifin, beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi yaitu:²⁵

a. *Redundancy atau Repetition* (pengulangan pesan)

Merupakan suatu cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang-ulang pesan yang ditujukan kepada khalayak. Banyak manfaat yang bisa didapat dari teknik ini. Manfaat tersebut antara lain khalayak lebih memperhatikan pesan tersebut karena berbeda dengan pesan yang tidak diulang-ulang sehingga lebih menarik perhatian.

²⁴ *Ibid*, hal. 53-54.

²⁵ Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: CV Armico, 1994), hal. 30.

b. *Canalizing* (penyaluran informasi)

Canalizing merupakan pemahaman dan kajian mengenai pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Agar komunikasi ini berhasil, harus mulai memenuhi nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat secara bertahap mengubahnya ke arah yang diinginkan.

c. Persuasif (mempengaruhi khalayak)

Teknik persuasif mempengaruhi melalui persuasi, dalam hal ini, penonton tergerak baik dalam pikiran dan perasaan. Perlu diperhatikan bahwa keadaan sugestif ditentukan oleh kemampuan untuk menyarankan sesuatu kepada lawan bicaranya (*suggestiveness*) dan mereka sendiri dengan mudah terpengaruh.

d. Informatif dan Edukatif

Teknik informatif merupakan suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak melalui penyampaian informasi. Penerapan yang artinya menyajikan sesuatu apa adanya, berdasarkan fakta dan informasi yang benar serta pendapat yang benar. Tujuan edukatif adalah mempengaruhi masyarakat melalui pernyataan umum yang dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman. Edukatif ini berarti secara sadar, teratur dan sistematis memberikan gambaran kepada masyarakat tentang apa yang sebenarnya, berdasarkan fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipercaya.

e. *Koersif*

Koersif ini biasanya berbentuk perintah, peraturan dan intimidasi. Biasanya ada banyak kekuatan di belakangnya untuk kelancaran implementasi.²⁶ *Koersif* merupakan penyampaian pesan seseorang kepada orang lain dengan ancaman atau sanksi untuk merubah sikap, opini, dan tingkah laku. Akibat dari kegiatan *koersif* adalah perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dengan perasaan terpaksa karena diancam, yang menimbulkan rasa tak senang, bahkan rasa benci, mungkin juga dendam.

7. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan strategi komunikasi sangat penting karena meliputi, *announcing, motivating, educating, informing and supporting decision making*.²⁷

8. Memberitahu (*Announcing*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communications strategy is to announce the availability of information on quality*). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

²⁶ Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: CV. Armico, 1994), hal. 25.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 36.

9. Motivasi (*Motivating*)

Motivasi dalam strategi komunikasi adalah elemen penting yang bertujuan untuk mendorong *audiens* agar terlibat aktif, merespons positif, dan bertindak sesuai dengan tujuan komunikasi tersebut. Motivasi bisa berasal dari berbagai sumber, baik internal (dari dalam diri *audiens*) maupun eksternal (dari lingkungan atau pesan yang disampaikan). Berikut adalah pengertian dan elemen-elemen penting dari motivasi dalam strategi komunikasi.

10. Mendidik (*Educating*)

Strategi komunikasi adalah proses yang dirancang untuk memberikan informasi, pengetahuan, dan pemahaman kepada audiens target dengan tujuan mengubah sikap, perilaku, atau pemahaman mereka terhadap suatu isu atau topik tertentu. Dalam konteks ini, mendidik tidak hanya tentang penyampaian informasi tetapi juga tentang memastikan bahwa informasi tersebut dipahami dengan baik dan dapat diaplikasikan oleh audiens.

11. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak hanya sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-

mata tetapi mengandung unsur pendidikan. Ini yang disebut *stratrgy og informing*.

12. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi komunikasi terakhir adalah strategi yang mendukung pembuatan keputusan, dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasi, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.²⁸

b. Teori Komunikasi Organisasi

R. Wayne dan Don F. Faules yang dialih bahasakan oleh Mulyana mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Komunikasi adalah proses komunikasi di dalam latar belakang kepentingan organisasi.²⁹ Teori komunikasi organisasi akan membantu peneliti dalam memahami strategi komunikasi yang digunakan Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Dalam konteks ini, teori tersebut membantu menjelaskan bagaimana struktur, budaya dan dinamika internal organisasi mempengaruhi proses komunikasi. Pengertian Komunikasi organisasi secara fungsional dilihat dari pertunjukan serta penafsiran pesan yang terjadi pada unit-unit komunikasi yang bersal dari bagian sebuah organisasi sehingga terjalin hubungan satu sama lain

²⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 248-249.

²⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*. (Bandung: PT. Remaja, Rosdakarya, 2009), hal. 52.

serta berfungsinya dalam suatu lingkungan.³⁰ Komunikasi organisasi adalah proses dalam menciptakan serta bertukar pesan dalam suatu jaringan interaksi yang berhubungan satu dengan yang lain dalam satu lingkungan yang pasti serta konsisten.³¹

Goldhaber dalam buku Komunikasi organisasi lengkap, memberikan definisi komunikasi sebagai *organizational communication is the process of creating and exchanging messages with a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*. Terjemahannya: Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam rangkaian hubungan yang selalu berubah-ubah. Dalam Komunikasi organisasi cenderung menggunakan komunikasi verbal dan non verbal³²:

a. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis maupun lisan. Karena kenyataannya ide-ide pemikiran atau keputusan lebih mudah disampaikan secara verbal dibandingkan non verbal sehingga komunikan dapat lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan komunikator. Contoh komunikasi verbal secara lisan, bercerita dengan lawan bicara, sedangkan secara tertulis melalui media berupa surat, lukisan dan lain-lain.

³⁰ Deddy Mulyana, *Metodologi Penulisan Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Rosdakarya, 2004), hal. 31-32.

³¹ Sumper Mulia Harahap, Juni Wati Sri Rizki, Esli Zuraidah S, *Strategi Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Prenada, 2022), hal. 81.

³² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal. 65.

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal merupakan penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Komunikasi verbal tidak akan efektif hanya karena komunikasinya tidak menggunakan komunikasi non verbal dalam waktu yang bersamaan.

c. Arah Komunikasi Organisasi

Berikut dijelaskan mengenai bentuk arah atau pola komunikasi diantaranya yaitu:³³

1. Komunikasi Vertical dari Atas Kebawah

Komunikasi yang dijalankan dengan ciri utama informasi mengalir dari jabatan yang lebih tinggi kepada yang lebih rendah. Umumnya jenis informasi yang disampaikan sangat erat kaitanya dengan aktifitas kerja yang harus dilakukan anggota organisasi. Bentuk umum dari komunikasi dari atas kebawah. Secara umum komunikasi kebawah dapat diklasifikasikan atas lima tipe :

a. Instruksi

Tugas Menyatakan definisi instruksitugas sebagai berikut pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan melalui apa yang dilakukan mereka dan bagaimana cara melakukannya.

³³ Robert Tua, Ujang Enas, Debi Eka Putri, dkk, "*Komunikasi Organisasi*", (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hal. 6-8.

b. Rasional

Menyatakan definisi rasional pekerjaan sebagai berikut: Pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau obyek organisasi.

c. *Ideology*

Menjelaskan bahwa idiologi adalah perluasan dari pesan rasional. Dimana pada pesan rasional penekanannya ada pada penjelasan tugas dan kaitanya perspektif organisasi, sedangkan pada pesan ideology sebaliknya mencari sokongan antusias dari anggota organisasi guna mendapatkan loyalitas, moral, dan motivasi.

d. Informasi dimaksudkan untuk memperkenalkan bawahan dengan praktek organisasi.

e. Perturan organisasi, keuntungan, kebiasaan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasionalitas.

2. Komunikasi Vertikal dari Bawah ke Atas

Fungsi yang dijalankan pada model *bottom up* lebih menekankan bagaimana bawahan memberikan respon atas kebijakan yang ditentukan oleh organisasi. Memberikan fungsi yang diberikan dari bawahan ke atasan berguna untuk memberikan input dalam proses pengambilan keputusan organisasi, memberikan pertimbangan apa yang perlu dilakukan bawahan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan secara optimal, memberikan pertimbangan kepada pemimpin untuk membuat keputusan yang tepat dalam menyelesaikan suatu masalah ataupun membuat kebijakan. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk

memberikan balikan atau feed back, saran, dan mengajukan pertanyaan yang pada kenyataanya komunikasi ini merupakan komunikasi dua arah.

3. Komunikasi Horizontal

Inti dari komunikasi horizontal lebih mengedepankan pada penyampaian informasi kepada orang-orang yang berada pada level atau otoritas yang sama/ sederajat. Komunikasi horizontal memiliki fungsi memperlancar aktifitas organisasi dalam melakukan koordinasi perencanaan dan pelaksanaan tugas-tugas yang harus diselesaikan, menyelesaikan permasalahan yang harus dihadapi bersama, memfasilitasi tercapainya pemahaman bersama atas perbedaan yang muncul untuk menyelesaikan masalah tersebut, memberikan dukungan dalam hubungan kerja yang produktif.

c. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Menurut Charlotte Buhler sosialisasi adalah proses yang membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup, dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya”. Peter Berger juga berpendapat bahwa Sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma dalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya.³⁴

Sosialisasi sebenarnya merupakan bidang yang mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural sosial dari sebuah masyarakat. Sosialisasi

³⁴ Normina, “Masyarakat Dan Sosialisasi”, *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, Vol. 12, No. 22, 2014, hal. 109.

membahas interaksi sosial dan tingkah laku sosial, atas dasar tersebut sosialisasi adalah bagian mata rantai terpenting di antara sistem sosial yang ada. Secara luas, pengertian sosialisasi adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seorang manusia sejak lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat. Secara umum, pengertian sosialisasi adalah suatu proses belajar-mengajar dalam berperilaku di masyarakat.³⁵

Beberapa orang juga mengatakan bahwa sosialisasi adalah proses penanaman nilai, kebiasaan, dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya, dalam proses sosialisasi sendiri, manusia disesuaikan dengan peran dan status sosial masing-masing di dalam kelompok masyarakat.

Peneliti menyimpulkan bahwa sosialisasi berarti sebuah proses pembelajaran dari manusia agar dapat mengenali lingkungan yang kelak akan ia hidupi, baik lingkungan fisik ataupun sosial. Dengan adanya proses sosialisasi, maka seseorang bisa mengetahui, memahami sekaligus menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat. Selanjutnya, dalam proses pengenalan hak dan kewajiban seorang manusia dewasa, setiap individu atau manusia perlu melakukan sosialisasi untuk mempelajari dan mengembangkan pola-pola perilaku sosial bersama anggota masyarakat lainnya.

³⁵ Masringgit Marwiyah, Nurmaliana Sari, dkk., "Pentingnya Sosialisasi Bimbingan Konseling untuk Dunia Pendidikan", *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7, No. 1, 2023, hal. 2-3.

b. Tujuan Sosialisasi

Tujuan sosialisasi kepada mereka yang menerima sosialisasi adalah:

1. Agar setiap orang dapat hidup dengan baik ditengah-tengah masyarakat nya, seseorang dapat hidup dengan baik dalam masyarakat apabila menghayati nilai dan norma dalam kehidupan.
2. Agar setiap orang dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan harapan masyarakat, setiap masyarakat memiliki budaya-budaya masing-masing. Budaya ini bersifat mengikat warga nya oleh karena itu setiap individu hendaknya dapat menyesuaikan diri dengan budaya itu.
3. Agar setiap orang dapat menyadari keberadaannya dalam masyarakat, warga masyarakat yang menyadari keberadaannya senantiasa mampu berperan aktif dan positif dalam kehidupan sehari-hari.
4. Agar setiap orang mampu menjadi anggota masyarakat yang baik, ciri anggota masyarakat yang baik adalah bahwa diri nya berguna.
5. Agar masyarakat tetap utuh, karena keutuhan masyarakat dapat terjadi apabila diantara warga nya saling berinteraksi dengan baik.
6. Memberikan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan seseorang untuk melangsungkan kehidupan ditengah-tengah masyarakat.
7. Mengembangkan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuan membaca, menulis dan bercerita.

8. Membantu seseorang mengendalikan fungsi-fungsi organik melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat. Peraturan daerah itu dibentuk dan disahkan agar kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan aturan yang lebih baik.³⁶

c. Jenis-Jenis Sosialisasi

- a. Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga).
- b. Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat.³⁷

d. Sertifikasi Halal

d. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah sertifikat kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal yang diputuskan oleh Majelis Ulama Indonesia (UU RI No. 33 Tahun 2014). Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menegaskan terhadap suatu kehalalan produk sesuai dengan syariat Islam yang ada. Sertifikat halal menjadi syarat dalam pencantuman label halal pada produk. Sertifikasi halal MUI bertanggung jawab secara penuh untuk menjaga produk agar terus terjamin kehalalannya serta dalam sertifikasi halal ini tidak dapat dipindah tangankan pada pihak lain.

³⁶ Sadriah Lahamit, "Sosialisasi Peraturan Daerah Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Legislasi Anggota DPRD Provinsi Riau (Studi Pelaksanaan Sosialisasi Peraturan Daerah di Masa Pandemi Covid 19)", *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, Vol. 7, No. 1, 2021, hal. 36-37.

³⁷ Darex Susanto, "Media Sosialisasi Beberapa Jenis-Jenis Narkoba Pada Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Jambi", *Jurnal Akademika*, Vol. 7, No. 1, 2014, hal. 4.

Sertifikasi halal merupakan surat yang disahkan oleh Majelis Ulama Indonesia baik Pemerintah Pusat maupun Provinsi terkait kepastian atas halal tidaknya produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang dibuat oleh suatu perusahaan setelah adanya pengamatan dan penelitian terhadap pernyataan halal LPPOM MUI. Pemilik atas kewenangan penerbitan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia yang secara khusus dilaksanakan melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetika.³⁸

Berikut ini adalah tahapan sertifikasi halal yang harus dilakukan oleh suatu pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal:

a. Permohonan pelaku usaha

1. Data pelaku usaha, dibuktikan dengan nomor induk berusaha atau dokumen izin usaha lainnya.
2. Nama dan jenis produk harus sesuai dengan nama dan jenis produk yang akan disertifikasi halal.
3. Daftar produk dan bahan yang digunakan merupakan produk dan bahan halal yang dibuktikan dengan sertifikat halal, kecuali bahan berasal dari alam tanpa melalui proses pengolahan atau dikategorikan tidak berisiko mengandung bahan yang diharamkan.
4. Proses pengolahan produk, dokumen proses pengolahan produk memuat keterangan mengenai pembelian, penerimaan, penyimpanan bahan yang

³⁸ M Guffar, Rasyid Tarmizi, dkk., *Industri Halal Di Indonesia*, (Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2023), hal. 5.

digunakan, pengolahan, pengemasan, penyimpanan produk jadi dan distribusi.

5. Sistem jaminan produk halal ditetapkan BPJPH.

b. Pemeriksaan

BPJPH akan melakukan pemeriksaan dokumen permohonan, jika dokumen telah lengkap maka pemohon menetapkan Kementerian Agama, tetapi jika tidak melengkapi dokumen maka permohonan sertifikasi halal ditolak.

c. Penetapan

BPJPH menetapkan Kementerian Agama berdasarkan pilihan pemohon (sejak dokumen dinyatakan lengkap).

d. Pengujian

Kementerian Agama melakukan pemeriksaan/ pengujian kehalalan produk.

e. Pengecekan

BPJPH menerima dan memverifikasi dokumen hasil pemeriksaan/ pengujian dari Kementerian Agama.

f. Fatwa MUI

BPJPH menyampaikan hasil verifikasi dokumen kepada MUI, hasil pemeriksaan/ pengujian kehalalan produk sebagai berikut:

1. Produk dan bahan yang digunakan
2. Proses produk halal
3. Hasil analisis/ spesifikasi bahan

4. Berita acara pemeriksaan

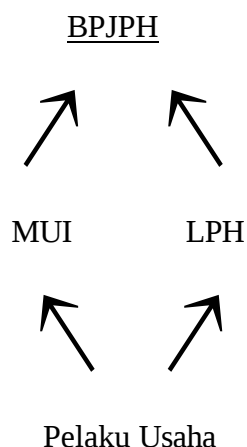
5. Rekomendasi

Selanjutnya, MUI mengkaji hasil verifikasi dokumen yang dilakukan oleh BPJPH, hal ini mengikut sertakan pakar, unsur Kementerian Agama terkait, Lembaga/ Institusi terkait. Lalu MUI menyelenggarakan sidang fatwa halal dan menerbitkan keputusan penetapan kehalalan.

g. Penerbitan

BPJPH menerbitkan sertifikasi halal yang berlaku 4 tahun berdasarkan keputusan penetapan kehalalan produk oleh MUI.³⁹

ERA BARU PROSES SERTIFIKASI HALAL



Sertifikasi halal menganut sistem telusur (*Traceability*) dan bukan “*End Product Analysis*”

BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL

Gambar 1.1 Era Baru Proses Sertifikasi Halal

e. Halal dalam Pandangan Islam

Halal berarti sah. Kebalikannya, haram berarti tidak sah atau tidak diizinkan menurut ajaran Islam. Sementara itu, *thoyyib* berarti berkualitas dan tidak merugikan kesehatan. Makanan halal dan *thoyyib*, yang berkualitas dan sesuai dengan petunjuk agama, harus kita konsumsi, dalam Islam, semua makanan dan minuman pada dasarnya halal, kecuali yang haram, dalam situasi krisis, apa yang haram dapat menjadi halal, tetapi apa yang halal dapat menjadi haram jika terlalu banyak dikonsumsi. Seperti yang disebutkan dalam firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Terjemah : Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.⁴⁰

Konsep halal dan haram tidak hanya mengacu pada makanan dan minuman, tetapi juga pada cara pengolahannya, ada perbuatan yang diperbolehkan dan perbuatan yang dilarang. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menetapkan label halal yang berlaku secara nasional. Penetapan label halal tersebut dituangkan dalam Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal. Surat Keputusan ditetapkan di Jakarta pada 10 Februari 2022, ditandatangani oleh Kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham, dan berlaku efektif terhitung sejak 1 Maret 2022.



Gambar 1.2 Label Halal

Penetapan label halal tersebut, menurut Kepala BPJPH Muhammad Aqil Irham, dilakukan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 37 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Penetapan ini juga bagian dari pelaksanaan amanat Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang JPH.⁴¹

C. Skema Pengurusan Sertifikasi Halal

Proses sertifikasi halal merupakan rangkaian tahapan yang harus dilalui oleh pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat yang menyatakan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan telah memenuhi persyaratan kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Dalam pengurusan sertifikat halal terdapat dua skema yang dilaksanakan, pertama skema *self declare* dan yang kedua adalah *skema reguler*.

1. Skema *Self Declare*

Skema *self declare* BPJPH didasarkan pada UU JPH no 33-2014, UU CK No 11- 2020, PP No. 39-2021, PMA No. 20-2021, Kepkaban No.135-2021 dan No. 33-2022. Selain itu, ada 3 faktor yang mendasar digunakannya mekanisme *Self Declare* ini. Pertama BPJPH berpedoman pada ISO 17050

tentang *Self Declaration of Conformity* (SDOC). Jadi makna *self declare* ialah jaminan kesesuaian yang dinyatakan perorangan atau organisasi atas objek yang diidentifikasi terhadap persyaratan tertentu sesuai deklarasi yang dirujuk, serta memperjelas siapa yang bertanggung jawab atas kesesuaian deklarasi tersebut.

Skema *Self Declare* memiliki kelebihan dengan tarif gratis, skema ini diperuntukkan bagi usaha mikro dan kecil (UMK) dengan kriteria produk yang tidak beresiko atau menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya, serta proses produksi yang sederhana dan dipastikan kehalalannya. Kemudahan dalam pengajuan sertifikasi halal sehingga dapat menarik para pengusaha produk halal dalam mensertifikasi halal produknya. Namun, kekurangan yang didapat dari kategori *Self Declare* ini adalah batasan dari omset produk minimal 500 juta pertahun.⁴² Skema ini dibuat dengan tujuan untuk memudahkan UMK dalam mengakses sertifikasi halal, mengingat kompleksitas prosedur sertifikasi halal secara reguler yang seringkali menjadi kendala bagi usaha skala kecil, dengan skema *self declare*, diharapkan semakin banyak produk UMK yang dapat dipastikan kehalalannya, sehingga memberikan pilihan yang lebih luas bagi konsumen muslim.

2. Skema Reguler

Sertifikasi halal di Indonesia merupakan proses penting yang mengharuskan produk memenuhi standar kehalalan sesuai dengan hukum

syariah. Proses ini diatur oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan melibatkan beberapa pihak, termasuk Kementerian Agama (BPJPH), Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Berikut adalah langkah-langkah dalam skema reguler pengurusan sertifikasi halal. Proses pengurusan sertifikasi halal melalui skema reguler di Indonesia melibatkan langkah-langkah terstruktur yang memastikan bahwa produk memenuhi standar syariah, dengan adanya sistem online dan dukungan dari berbagai lembaga, pelaku usaha kini lebih mudah dalam mengajukan sertifikasi halal untuk produk mereka. Biayanya bervariasi berdasarkan skala usaha:

a. Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Biaya permohonan sertifikat: Rp. 300.000

Biaya pemeriksaan kehalalan produk oleh LPH (batas tertinggi):
Rp.350.000⁴³

b. Usaha Menengah

Biaya permohonan sertifikat: Rp. 5.000.000

Biaya pemeriksaan kehalalan produk oleh LPH (batas tertinggi) bisa mencapai belasan hingga puluhan juta rupiah tergantung kompleksitas produk dan LPH yang dipilih.

e. Implementasi Strategi Komunikasi

Menurut Horn Implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu-individu atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang

diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam kebijakan⁴⁴. Sedangkan menurut Widodo implementasi berarti menyediakan sarana untuk melaksanakan suatu kebijakan dan dapat menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu. Implementasi adalah menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu atau melakukan kegiatan guna menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu.

Proses manajemen suatu strategi komunikasi belum dapat dikatakan selesai ketika satu pihak memutuskan strategi apa yang akan ditempuh. Pihak tersebut masih harus menterjemahkan rumusan strategi tersebut ke dalam tindakan. Agar Kementerian Agama dapat mencapai tujuan secara optimal, maka selain harus mampu merumuskan strategi, Kementerian Agama juga harus mampu mengimplementasikan strategi tersebut secara efektif. Rumusan strategi yang sempurna sekalipun hanya akan memberikan kontribusi yang minim bagi pencapaian tujuan Kementerian Agama jika tidak mampu diimplementasikan.⁴⁵

f. Kajian Terdahulu

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan peneliti, berikut ini akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

⁴⁴ Elda Calian Calav, "Implementasi Kebijakan Pesta Rakyat Di Kabupaten Musi Rawas Utara", *Jurnal Kyberman*, Vol. 14, No. 1, 2024, hal. 34.

⁴⁵ Catur Priyadi, Rendy Dwi Saputra, "Implementasi Strategi Komunikasi Management Artis Dalam Mempromosikan Constellation Asia Tour 2015", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, Vol. 2,

Tabel 11.1 Kajian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zainal Mustakim, Oki Setiawan dkk.	Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik	Objek, metode penelitian yaitu Deskriptif Kualitatif dan tujuannya	Penelitian ini lebih spesifik pada Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik ⁴⁶
2.	Deviana Yunitasari, Hazar Kusmayanti	Sosialisasi kewajiban sertifikasi halal pada UMKM di Kabupaten Sumedang	Objek, tujuan dan konteks	Lokasi, dimana penelitian ini lebih spesifik pada tingkat kabupaten Sumedang, sehingga memungkinkan penelitian yang lebih mendalam terhadap konteks lokal, karakteristik pelaku UMKM di kota tersebut, serta strategi yang disesuaikan dengan kondisi spesifik Kabupaten Sumedang. ⁴⁷
3.	M Khoirul Anam, Refy Alvianti , dkk	Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi ⁴⁸	Metode Penelitian yaitu Deskriptif Kualitatif, Konteks dan Fokus Penelitian Yaitu	Objek, Target dan Tujuan Penelitian Karena Penelitian Ini mensosialisasikan program sertifikasi halal untuk

⁴⁶ Zainal Mustakim, Oki Setiawan dkk, "Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik", *Journal of Community Service* Vol. 4, No. 2, 2022.

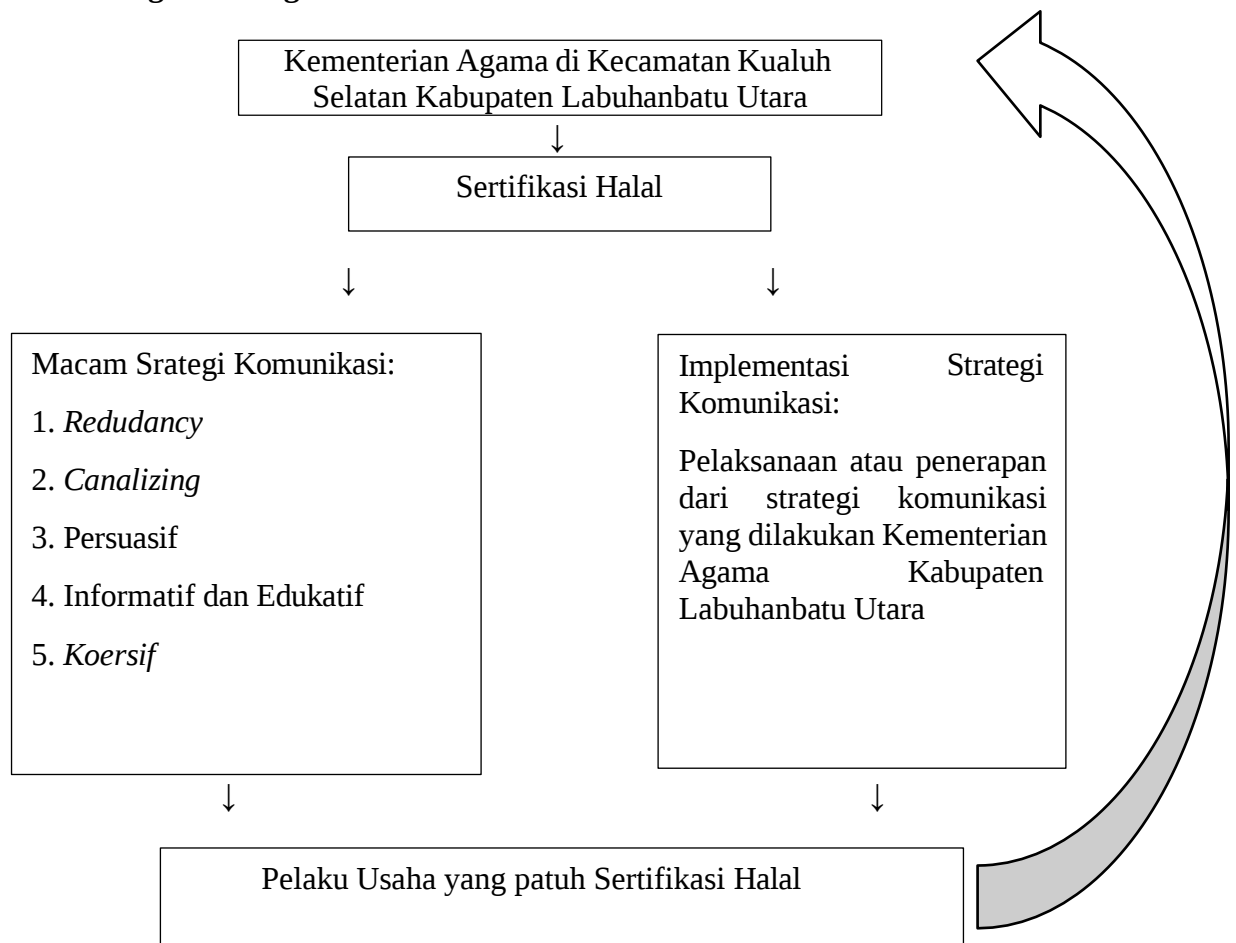
⁴⁷ Deviana Yunitasari, "Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal pada UMKM di Kabupaten Sumedang," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, Vol. 5, No. 2, 2024.

⁴⁸ M Khoirul Anam, Refy Alvianti dkk, "Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 4, 2023.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Membahas Sosialisasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.	meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk UMKM di Desa Jerukwangi.
4.	Ita Ulfin, Lienggar Rahadiantino, Yatim Lailun dkk ⁴⁹	Sosialisasi Halal dan Pendamping Sertifikasi halal untuk UMKM Kelurahan Simokerto	Objek, Tujuan, dan Variabel Penelitian	Lingkup Penelitian, Target Audiens yaitu pada ruang lingkup kecil hanya kelurahan saja yaitu Kelurahan Simokerto.
5.	Tubagus Rizki Hardiansyah, Muhammad Yazid dan Thamrin Sikumbang ⁵⁰	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Mensosialisasikan Urgensi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Objek Penelitian yang Fokus Pada Sertifikasi Halal, Target Audiens dan Tujuan Penelitian	Lembaga, Karena yang Menjadi Fokus Penelitian Berbeda yaitu BPJPH dan Kementerian Agama, Selanjutnya Lingkup Penelitian dan Fokus Penelitian

⁴⁹ Ita Ulfin, Lienggar Rahadiantino, dkk, “Sosialisasi Halal dan Pendamping Sertifikasi Halal untuk MKM Kelurahan Simokerto”, *Jurnal Sewagati*, Vol. 6, No. 1, 2022.

⁵⁰ Tubagus Rizki Hardiansyah, Muhammad Yazid, dkk, “Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Mensosialisasikan Urgensi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah”, *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, Vol. 10, No. 2, 2024.

g. Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian mengenai Strategi Komunikasi Kementrian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha DI Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, dimulai dari bulan September 2024-Mei 2025.

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan bertempat di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara. Peneliti melakukan penelitian di tempat ini dikarenakan belum ada yang meneliti permasalahan ini dan adanya relevansi dengan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Tabel III.1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2024-2025								
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Observasi Pendahuluan									
2.	Penyusunan Proposal									
3.	Pengumpulan Data									
4.	Analisis Data									
5.	Penulisan Laporan Penelitian									
6.	Seminar Hasil									
7.	Revisi									
8.	Finalisasi Laporan Penelitian									

B. Jenis Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan.⁵¹

Maka dari itu Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Kemenag dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha serta data dapat dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini fokus pada eksplorasi mendalam tentang strategi komunikasi kementerian agama dan bagaimana mensosialisasikan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha.

C. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah benda atau orang, tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan.⁵² Posisi narasumber sebagai sumber data penelitian sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasi. Narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan terhadap masalah yang ditanyakan, tetapi juga memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang dimilikinya. Karena itu, untuk menghadapi

⁵¹ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), hal. 7.

⁵² Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), Hal. 6.

narasumber diperlukan sikap lentur, terbuka, dan kritis dari peneliti dalam memahami beragam informasi yang penting, dan berdampak langsung terhadap kualitas penelitian.

Oleh karena itu peneliti dapat memilih informan yang dianggap memang memungkinkan dan dibutuhkan sebagai subjek penelitian dengan dapat menunjukkan pemahamannya terhadap objek yang diteliti agar memperoleh informasi yang akurat. Adapun subjek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini yaitu:

1. Kepala Kantor Kementrian Agama di Kabupaten Labuhanbatu Utara
2. Kepala Seksi Bimas Islam (Pengurus Sertifikasi Halal)
3. Pelaku usaha yang sudah mempunyai sertifikasi halal di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara
4. Pelaku usaha yang belum mempunyai sertifikasi halal di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara.
5. Penyuluh

D. Sumber Data

Sumber data merujuk pada asal data penelitian diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti.⁵³ Dalam menjawab permasalahan penelitian, kemungkinan dibutuhkan satu atau lebih sumber data, hal ini sangat tergantung kebutuhan dan kecukupan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data ini akan menentukan jenis data yang diperoleh,

⁵³ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), hal. 10.

apakah termasuk data primer atau data sekunder. Dikatakan data primer, jika data tersebut diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama, sedangkan dikatakan data sekunder jika data tersebut diperoleh bukan dari sumber asli atau sumber pertama melainkan hasil penyajian dari pihak lain.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari sumber informasi atau informan. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah 3 orang, Kepala Kantor Kementrian Agama di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Kepala Seksi Bimas Islam dan penyuluh.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang bukan diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama, melainkan sumber data tambahan yang tidak diperoleh langsung dari lapangan, melainkan dari sumber yang dibuat oleh orang lain. Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian yang berhubungan seperti 20 pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan, dokumentasi, buku-buku, jurnal, masyarakat dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam setiap kegiatan penelitian dibutuhkan objek atau sasaran penelitian yang objek atau sasaran tersebut umumnya eksis dalam jumlah

yang besar atau banyak. Kegiatan pengumpulan data setidaknya meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi.⁵⁴

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan salah satu cara penelitian ilmiah pada ilmu-ilmu sosial dan juga sering digunakan dalam pengumpulan data terutama dalam penelitian kualitatif.⁵⁵ Cara ini dapat dilakukan oleh seorang individu dengan menggunakan mata sebagai alat melihat data serta menilai keadaan lingkungan yang dilihat. Untuk memperoleh kebenaran hasil penelitian ini, peneliti harus melakukan pengamatan tidak hanya satu kali, melainkan berulang kali hingga hasilnya meyakinkan. Observasi merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung. Adapun jenis-jenis dari observasi antara lain :

- a. Observasi partisipan yaitu, observasi dimana seorang pengamat ikut aktif di dalam kegiatan observasi.
- b. Observasi non-partisipan artinya pengamat tidak ikut aktif di dalam bagian kegiatan observasi atau hanya mengamati dari jauh.
- c. Observasi kuasi partisipasi maksudnya adalah seorang pengamat seolah-olah turut berpartisipasi namun sebenarnya tidak ikut serta dalam kegiatan observasi.

⁵⁴ Ifit Novita Sari, Lailla Puji, dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Malang: Unisma Press, 2022), hal. 193.

⁵⁵ Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media: 2006), hal. 103.

Jenis observasi yang dilakukan oleh peneliti ialah menggunakan jenis observasi non-partisipan, yaitu peneliti tidak ikut berpartisipasi dalam kegiatan observasi atau hanya mengamati dari jauh.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada informan. Wawancara adalah teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data. Data yang diperoleh dari teknis ini adalah dengan tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dan yang diwawancarai.⁵⁶ Wawancara sangat banyak ragamnya seperti:

- a. Wawancara tidak terstruktur adalah pertanyaan yang akan diajukan sudah ditentukan sebelumnya, baik dari segi topik maupun urutannya. Wawancara ini menggunakan daftar pertanyaan yang baku dan cenderung menghasilkan data yang lebih dangkal.
- b. Wawancara terstruktur adalah tidak ada pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya. Wawancara ini hanya menggunakan garis besar topik sebagai panduan, sehingga urutan dan formulasi pertanyaan dapat berubah-ubah.

⁵⁶ *Ibid*, hal. 21.

- c. Wawancara bebas adalah jenis wawancara dimana pewawancara dapat menanyakan apa saja kepada responden, tapi harus tetap berhubungan dengan data yang diinginkan.
- d. Wawancara bebas terpimpin adalah gabungan dari wawancara bebas dan wawancara terstruktur.⁵⁷ Pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ia menyimpang.

Adapun jenis wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara bebas terpimpin. Jadi, pewawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung mengikuti situasi pewawancara harus pandai mengarahkan yang diwawancarai apabila ternyata ia menyimpang. Pewawancara menggunakan pedoman wawancara (*guide*) yang berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, berupa teks, gambar atau karya monumental oleh manusia. Teknik ini menjadi alat pendukung penelitian dengan tujuan kelancaran penelitian yang dilaksanakan untuk mengetahui strategi komunikasi Kementrian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, dalam hal ini, penulis mengumpulkan

⁵⁷ Wardi, Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), hal. 57.

semua hal yang berkaitan dengan dokumentasi dari informan penulisan seperti bahan strategi komunikasi yang dibuat atau ditemukan dari mana. Hal ini relevan dengan pembahasan penulisan ini, dengan mempelajari bahan-bahan tertulis membantu penulis menemukan informasi tentang masalah penulisan.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Data yang diperoleh di lapangan adalah fakta yang masih mentah yang artinya masih perlu diolah atau dianalisis lebih lanjut agar menjadi data yang dipertanggung jawabkan. Setelah data diperoleh, selanjutnya yang harus dilakukan peneliti adalah menguji keabsahan data yang didapatkan. Hal penting yang merupakan bagian dari proses penelitian kualitatif adalah menguji keabsahan data yang akan erat kaitannya dengan validitas dan reliabilitas.⁵⁸

Untuk menguji keabsahan pemeriksaan data penulis menggunakan Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Penulis menggunakan Triangulasi sumber data dan metode. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek kembali suatu informasi yang diperoleh dari informan yang satu dengan informan lainnya. Triangulasi metode dilaksanakan dengan cara memanfaatkan penggunaan metode yang berbeda untuk mengecek kembali data atau informasi yang diperoleh. Misalnya,

⁵⁸ *Ibid*, hal. 212.

hasil observasi dibandingkan dengan hasil wawancara dengan waktu yang berbeda.⁵⁹

Penelitian kualitatif memerlukan kepastian tentang keabsahan data agar hasil penelitian dapat diperhitungkan dari berbagai aspek penelitian. Teknik yang digunakan adalah ketekunan, observasi dan kelengkapan referensi. Agar data dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penelitian ini, maka peneliti menguji keabsahan data dengan teknik Tringulasi.⁶⁰

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Perkembangan ilmu pengetahuan tidak lepas dari sebuah penelitian, analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola. Adapun tujuan dari analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subjek pelakunya.⁶¹ Analisis data dalam penulisan kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Peneliti menggunakan metode analisis data di lapangan model Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus

⁵⁹ Sanasintani, *Penelitian Kualitatif*, (Malang: Selaras Perum, Pesona Griya Asri A-11, 2020), hal. 69.

⁶⁰ I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Badung: CV Nilacakra, 2018), hal.126.

⁶¹ Mayang Sari, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 43-45.

sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Selanjutnya akan dilakukan langkah-langkah yaitu:

1. Data *Reduction*, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari pola dan temanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya jika diperlukan
2. Data *Display*, yaitu menyajikan data dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan penulis untuk memahami apa yang terjadi, selanjutnya merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.
3. *Conclusion Drawing/ Verification*, yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁶²

⁶² *Ibid*, hlm. 75.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara terbentuk sesuai dengan peraturan Menteri Agama Nomor 29 Tahun 2012 tentang pembentukan kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara Provinsi Sumatera Utara dan mulai aktif berdiri pada 3 Juni 2013 terhitung mulai dilantiknya para pejabat Eselon IV yang terdiri dari:

1. Ka. Sub Bagian Tata Usaha sekaligus Pejabat yang Melaksanakan Tugas (PYMT).
2. Ka. Seksi Bimbingan Masyarakat Islam
3. Ka. Seksi Pendidikan Islam
4. Penyelenggara Kristen
5. Ka. Seksi Penyelenggara Haji dan Umroh

Tehitung tanggal 3 Juni 2013 Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara telah berpisah dari Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu, dengan pejabat yang melaksanakan tugas (PYMT) yaitu Ibrahim Sihombing, SH, M.AP yang berkantor di Kantor Urusan Agama Kecamatan Kualuh Selatan (Jalan Lintas Sumatera-Damuli Desa Damuli Kebun Kecamatan Kualuh Selatan). Pembangunan Gedung Kantor Kementerian Agama

Kabupaten Labuhanbatu Utara dicanangkan pada Kepemimpinan Drs. H. Saparuddin, MA. Namun hal tersebut tidak bisa dilaksanakan karena Moratorium Presiden Republik Indonesia. Jalan lain juga ditempuh oleh Tim perencanaan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara dengan menemui Bupati Labuhanbatu Utara yang pada saat itu dipimpin oleh H. Kharuddin Syah, S.E. Pada tahun 2018 tepatnya tanggal 3 Agustus 2018 Kemenag Labuhanbatu Utara mengalami pergantian Pimpinan, yakni Agus Priadi, S. Ag. M.Si yang dulu merupakan Kepala Sub Bagian Tata Usaha Kantor Kementerian Agama Kabupaten Simalungun.

Dimasa Kepemimpinannya, beliau meneruskan perjuangan Kakan terdahulu untuk menjadi Bangunan Gedung Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Alhamdulillah bulan Desember 2019 dilaksanakan Pembangunan Gedung Kantor Kabupaten Labuhanbatu Utara dari Dana Hibah Pemerintah Daerah Kabupaten Labuhanbatu Utara. Tahun 2020 Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara sudah memiliki gedung Resmi dan bertepatan dengan tanggal 27 November 2020 diresmikan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara diwakili oleh Kepala Bagian Tata Usaha Dr. H. Muhammad David Saragih. MA.⁶³

⁶³ Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, “Sejarah Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara”, <https://labura.kemenag.go.id>, diakses pada Tanggal 02 Februari 2025 pukul 10.12 WIB.



Gambar IV.1 Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara

2. Struktur Organisasi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara



3. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara

a. Visi

Kementerian Agama yang profesional dan andal dalam membangun masyarakat yang saleh, moderat, cerdas dan unggul

untuk mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri dan berkepribadian berdasarkan gotong royong.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas kesalehan umat beragama
2. Memperkuat moderasi beragama dan kerukunan umat beragama
3. Meningkatkan layanan keagamaan yang adil, mudah dan merata
4. Meningkatkan layanan pendidikan yang merata dan bermutu
5. Meningkatkan produktivitas dan daya saing pendidikan
6. Memantapkan tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*).⁶⁴

4. Tugas Pokok dan Fungsi Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara

Berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2023 tentang Kementerian Agama, salah satu fungsi Kemenag adalah pelaksanaan penyelenggaraan jaminan produk halal. Ini berarti Kemenag memiliki tanggung jawab untuk memastikan implementasi sistem sertifikasi halal di Indonesia berjalan dengan baik. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibawah naungan Kemenag, terdapat BPJPH yang secara khusus bertugas melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk

halal. Salah satu tugas BPJPH adalah melakukan sosialisasi dan edukasi halal kepada pelaku usaha dan masyarakat luas.⁶⁵

5. Letak Geografis Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara

Kecamatan Kualuh Selatan merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Labuhanbatu Utara. Secara geografis, kecamatan kualuh selatan berada pada 2,525 Lintang Utara, 99,35'10 Bujur Timur dengan ketinggian 0-111 m diatas permukaan laut.

Kecamatan Kualuh Selatan menempati area seluas 344,51 km yang terdiri dari 11 Desa, 1 Kelurahan dan 124 dusun, 14 lingkungan definitif. Area Kecamatan Kualuh Selatan di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kualuh Hulu, di sebelah Timur berbatasan dengan Kualuh Hilir, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Aek Natas dan di Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Tapanuli Utara.

6. Data Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan September 2024 hingga bulan Mei 2025 terhitung sejak penulisan proposal hingga pelaksanaan riset di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten

Labuhanbatu Utara. Nama-Nama informan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.1 Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1.	Agus Priadi, S. Ag. M.Si	KAKAN Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara
2.	Dr.H.Muhammad Yunus Silaen, M.A	Kasi Bimas Islam
3.	Hamdani Ritonga, S.Ag.	Penyuluh
3.	Eli	Pelaku Usaha
4.	Wasno	Pelaku Usaha
5.	Ari Al Idris	Pelaku Usaha
6.	Junita Tanjung	Pelaku Usaha
7.	Abi	Pelaku Usaha
8.	Fitri	Pelaku Usaha
9.	Dila Pasaribu	Pelaku Usaha
10.	Zainal Abidin	Pelaku Usaha
11.	Suherpan	Pelaku Usaha
12.	Warino	Pelaku Usaha
13.	Fajar Tambaunan	Pelaku Usaha
14.	Nasib	Pelaku Usaha
15.	Dedy	Pelaku Usaha
16.	Asli Nasution	Pelaku Usaha
17.	Weni	Pelaku Usaha
18.	Nur Ilah	Pelaku Usaha
19.	Santi	Pelaku Usaha
20.	Sri warni	Pelaku Usaha
21.	Widya	Pelaku Usaha
22.	Fauzi	Pelaku Usaha

Sumber: Disarikan dari hasil penelitian

Tabel IV.2 Jumlah Pelaku Usaha

No.	Tahun	Jumlah Pelaku Usaha makanan dan minuman	Mempunyai Sertifikat Halal
1.	2024-2025	363	20 Pelaku Usaha

Sumber: Disarikan dari hasil penelitian⁶⁶

Tabel IV.3 Data Pelaku Usaha

No.	Nama	Usaha	Usia	Sertifikasi Halal
1.	Eli	Pecal	42 Tahun	Belum
2.	Wasno	Tahu krispi	60 Tahun	Belum
3.	Ari Al Idris	Roti Bakery	51 Tahun	Sudah
4.	Junita Tanjung	Mie Ayam Bakso	39 Tahun	Belum
5.	Abi	Ayam Krispi	48 Tahun	Belum
6.	Fitri	Pisang Cokelat	38 Tahun	Belum
7.	Dila Pasaribu	Katering	29 Tahun	Sudah
8.	Zainal Abidin	Bakso Bakar	62 Tahun	Belum
9.	Suherpan	Mie Ayam	47 Tahun	Belum
10.	Warino	Gorengan	53 Tahun	Belum
11.	Fajar Tambunan	Minuman Kopi	46 Tahun	Belum
12.	Nasib	Es Krim	51 Tahun	Belum
13.	Dedy	Bakso	46 Tahun	Sudah
14.	Asli Nasution	Mie Ayam	51 Tahun	Sudah
15.	Weni	Kripik	42 Tahun	Sudah
16.	Nur Ilah	Gorengan	53 Tahun	Belum
17.	Santi	Mie Ayam	40 Tahun	Belum
18.	Sri Warni	Seblak	43 Tahun	Belum
19.	Widya	Bakso	35 Tahun	Sudah
20.	Fauzi	Rumah makan	49 Tahun	Belum

Disarikan dari hasil wawancara⁶⁷

Dilihat dari tabel diatas jumlah informan sebanyak 20 pelaku usaha, sedangkan jumlah keseluruhan yang memiliki sertifikasi halal sebanyak 20 orang tetapi yang masuk informan penelitian hanya 6 orang yang memiliki sertifikasi halal selebihnya 14 orang informan yang belum memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan hasil data tersebut ditemukan bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki sertifikasi

halal. Data menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara jumlah pelaku usaha yang telah bersertifikasi halal dengan yang belum. Hal ini mengindikasikan bahwa sosialisasi yang dilakukan belum sepenuhnya efektif dalam mendorong pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha

Dalam upaya sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha, Kementerian Agama menerapkan strategi komunikasi yang komprehensif dan inklusif. Mereka mengadakan sesi sosialisasi langsung di berbagai lokasi, untuk menjangkau pelaku usaha secara langsung. Dari hasil observasi ada beberapa macam strategi komunikasi dari Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhammad Yunus Silaen selaku kepala seksi Bimas Islam Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara yaitu:

Muhammad Yunus Silaen: Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara melakukan teknik *redudancy* hanya beberapa kali dalam setahun. Teknik mengulang pesan mengenai kewajiban sertifikasi halal ini dilakukan tujuannya adalah memastikan bahwa pesan tersebut diterima dan dipahami oleh seluruh pelaku usaha di wilayah tersebut, agar pelaku usaha paham bagaimana pentingnya sertifikasi halal. *canalizing* (penyaluran informasi), Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara menerapkan teknik *canalizing* dengan menyalurkan informasi melalui saluran komunikasi yang tepat

dan relevan. persuasif (mempengaruhi khalayak), Pendekatan persuasif ini dilakukan Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara melibatkan penyampaian manfaat sertifikasi halal bagi pelaku usaha, seperti peningkatan kepercayaan konsumen dan melakukan sosialisasi dengan menggunakan media sosial.⁶⁸

Hal ini sejalan dengan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara berikut ini:

Muhammad Yunus Silaen: Sosialisasi dilakukan dengan mendatangi keramaian seperti ketika ada pekan atau pusat perbelanjaan dan dilakukan *live streaming* agar semua bisa menyaksikan. Sosialisasi tidak dilakukan dengan mengundang pelaku usaha tetapi para pihak Kementerian Agama yang mendatangi agar mengurangi biaya ketika ingin menghadirinya, tetapi hanya beberapa kali saja dilakukan seperti tahun 2024 hanya 3 titik tempat saja yang kami datangi, untuk tahun ini sepertinya sosialisasi tidak dilakukan karena tidak adanya anggaran.⁶⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat diambil pemahaman bahwa sosialisasi yang dilakukan Kementerian Agama kurang aktif. Selanjutnya penyuluh dari sosialisasi mengenai sertifikasi halal juga mengungkapkan:

Hamdani: Kecamatan Kualuh Selatan memiliki wilayah yang cukup luas dengan beberapa lokasi yang sulit dijangkau. Tingkat pendidikan dan pemahaman dikalangan pelaku usaha memerlukan pendekatan organisasi yang berbeda-beda. Keterbatasan sumber daya, baik tenaga penyuluh maupun anggaran, menjadi tantangan dalam melaksanakan sosialisasi secara lebih masif dan terkadang beredar informasi yang tidak akurat atau hoaks mengenai sertifikasi halal yang perlu kami luruskan.⁷⁰

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam, Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, 14 Februari 2025.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam, Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, 03 September 2025.

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Hamdani, Penyuluh Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, 20 April 2025.

Sebagaimana dengan hasil wawancara kepada para pelaku usaha terungkap bahwa:

Santi: Saya mendengar bahwa ada program dari Kementerian Agama, tetapi saya tidak tahu kapan dan dimana itu berlangsung, informasi yang saya dapatkan sangat terbatas, saya berharap sosialisasi aktif dilakukan supaya para pelaku usaha banyak mengetahui pentingnya sertifikasi halal tersebut⁷¹

Hal serupa diungkapkan Sri Warni penjual Seblak:

Sri Warni: Saya merasa kurang paham tentang sertifikasi halal. Sempat denger sih, tapi kok ribet ya? Dan buat usaha kecil kayak kita, hal itu kayaknya nggak terlalu penting. Pendapatan masih belum stabil banget, nanti kalo usaha saya sudah mulai berkembang mungkin baru mau diurus sertifikat halalnya.⁷²

Pelaku usaha ini mengungkapkan bahwa pengetahuan tentang sertifikasi halal masih minim. Dia melihat sertifikasi itu rumit dan merasa tidak ada urgensi untuk pelaku usaha kecil yang pendapatannya belum pasti. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Bimas Islam mengungkapkan bahwa perlu adanya tahapan strategi komunikasi yang dilakukan Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, yaitu sebagai berikut:⁷³

Muhammad Yunus Silaen: strategi komunikasi Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, pemilihan komunikator yang tepat menjadi salah satu aspek krusial. Kepala Seksi Bimbingan masyarakat Islam (Bimas Islam) ditunjuk sebagai komunikator karena mempunyai kriteria yaitu pengetahuan dan pengalamannya yang mendalam mengenai regulasi sertifikasi halal serta

⁷¹ Hasil wawancara dengan Santi, Pelaku Usaha Mie Ayam, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 03 Februari 2025.

⁷² Hasil wawancara dengan Sri Warni, Pelaku Usaha Seblak, Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara, 05 Februari 2025.

⁷³ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam Kabupaten Labuhanbatu Utara, 13 Februari 2025.

pemahaman yang baik tentang kebutuhan karakteristik pelaku usaha di daerah tersebut.⁷⁴

Selanjutnya Kepala seksi bimas islam juga mengungkapkan mengenai strategi penyampaian pesan yaitu:

Muhammad Yunus Silaen: Kementerian Agama mengadopsi pendekatan yang beragam dalam menyampaikan pesan, termasuk penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta mengedepankan contoh konkret yang relevan dengan konteks lokal. Selain itu, pesan disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti seminar, workshop, dan media sosial, untuk menjangkau pelaku usaha yang memiliki latar belakang dan tingkat pemahaman yang berbeda.⁷⁵

Pemilihan Pesan dan Perencanaan Media, dalam pemilihan media yang dilakukan oleh Bimas Islam mengungkapkan:

Muhammad Yunus Silaen: sejauh ini Kementerian Agama Labuhanbatu Utara menggunakan beberapa media yaitu Brosur dan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Pemilihan media ini didasarkan pada analisis karakteristik pelaku usaha yang beragam, dimana sebagian besar dari mereka lebih aktif menggunakan *platform digital* untuk mendapatkan informasi, selain itu Kementerian Agama juga mengadakan pertemuan langsung dan seminar di lokasi strategis seperti pasar dan pusat kegiatan ekonomi, untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan secara langsung dan interaktif.⁷⁶

Selanjutnya wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen selaku kepala Seksi Bimas Islam Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara mengungkapkan bahwa:

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam, Kabupaten Labuhanbatu Utara, 13 Februari 2025.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam, Kabupaten Labuhanbatu Utara, 13 Februari 2025.

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala seksi Bimas Islam, Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, 13 Februari 2025.

Muhammad Yunus Silaen: Ancaman bagi pelaku usaha yang belum mempunyai sertifikasi halal secara hukum positif belum ada.⁷⁷

Dari hasil wawancara diatas sudah terlihat bahwa tidak ada sanksi atau hukuman bagi pelaku usaha yang tidak mempunyai sertifikasi halal. Berikut wawancara dengan pelaku usaha, sebagaimana Eli, pelaku usaha pecal juga beranggapan kurangnya informasi yang didapat seperti terungkap dalam wawancara yaitu:

Eli: Jujur, informasi tentang kewajiban sertifikasi halal itu kurang banget. Banyak hal yang lebih mendesak buat saya pikirin, kayak pemasaran dan penjualan. Sertifikasi halal kayaknya bukan prioritas, mungkin karena usaha saya masih usaha kecil-kecilan.⁷⁸

Dari hasil wawancara tersebut, pelaku usaha ini mengeluhkan kurangnya informasi mengenai sertifikasi halal. Dia merasa ada banyak isu yang lebih urgent dalam bisnisnya, sehingga sertifikasi halal tampak tidak penting dalam pandangannya. Selanjutnya Nasib, pelaku usaha es krim juga beranggapan bahwa kurangnya informasi dan pengetahuan mengenai sertifikasi halal, seperti terungkap dalam wawancara berikut:

Nasib: Meskipun ada aturan, faktanya banyak pelanggan yang datang dan menikmati minuman saya. Jadi, pikir-pikir lagi deh, apakah sertifikasi halal itu benar-benar penting untuk usaha kecil kayak ini.⁷⁹

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Seksi Bimas Islam, Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara, 14 Februari 2025.

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Eli, Pelaku Usaha Pecal, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 06 Februari 2025.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Nasib, Pelaku Usaha Es Krim, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 06 Februari 2025.

Pelaku usaha ini menyatakan bahwa kenyataannya banyak pelanggan yang tetap datang meskipun usahanya belum memiliki sertifikasi halal. Dia menganggap bahwa pada fase ini, sertifikasi kurang berpengaruh terhadap keberlangsungan usahanya. Selanjutnya Suherpan pelaku usaha mie ayam beranggapan sertifikasi halal juga kurang penting untuk usahanya dan kurangnya informasi seperti terungkap dalam wawancara berikut:

Suherpan: Jujur, saya baru tahu tentang sertifikasi halal dari temen, bukan dari pihak resmi. Kadang suka mikir, seberapa penting sih? Kalo orang-orang pada beli aja, itu udah cukup dan harapan saya jika sertifikasi halal ini sangat penting, mohon kepada pihak terkait agar lebih aktif dalam mensosialisasikannya.⁸⁰

Pelaku usaha ini menangkap informasi tentang sertifikasi halal dari teman, menunjukkan bahwa saluran informasi yang tidak formal lebih dominan. Ia meragukan pentingnya sertifikasi halal saat ini. Selanjutnya Fajar tambunan pelaku usaha kopi juga beranggapan seperti terungkap dalam wawancara berikut:

Fajar Tambunan: Saya tau pentingnya halal, tapi informasi tentang cara mendapatkannya kurang jelas. Yang ada, banyak syarat yang bikin pusing. Pikirin biaya lagi biar bisa dapat sertifikat.⁸¹

Pelaku usaha ini menyadari pentingnya halal, namun merasa kebingungan dengan syarat dan biaya untuk mendapatkan sertifikasi. Ini menunjukkan perlunya penjelasan yang lebih sederhana dan

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Suherpan, Pelaku Usaha Mie Ayam, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 07 Februari 2025.

⁸¹ Hasil wawancara dengan Fajar Tambunan, Pelaku Usaha Kopi, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 05 Februari 2025.

transparan dalam proses sertifikasinya. Selanjutnya Nur Ilah pelaku usaha gorengan juga beranggapan bahwa sertifikasi halal kurang penting, seperti terungkap berikut ini:

Nur Ilah: Kalau soal sertifikasi, saya merasa belum ada dampak nyata buat dagangan saya karena ini masih usaha kecil ditambah hanya jualan gorengan. Yang penting itu rasanya enak sama harga terjangkau. Pelanggan saya juga belum pernah nanya soal itu.⁸²

Pelaku usaha ini menegaskan bahwa hingga saat ini, sertifikasi halal tidak berpengaruh langsung pada penjualannya. Dia lebih mementingkan kualitas rasa dan harga untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Selanjutnya Fitri, pelaku usaha pisang coklat juga beranggapan seperti tertuang dalam wawancara berikut ini.

Fitri: Dulu pernah denger, tapi gue nggak tahu harus ke mana untuk daftar. Semua urusan selama ini terlihat rumit. Dan jujur, masih ragu juga untuk investasi di situ karena usaha saya masih terbilang kecil.⁸³

Pelaku usaha ini merasa pendaftaran untuk sertifikasi halal terlihat rumit dan bingung mengenai prosesnya. Ini menandakan perlunya simplifikasi dan panduan jelas bagi pelaku usaha kecil yang ingin mendaftar. Selanjutnya Abi, pelaku usaha ayam krispi juga beranggapan seperti tertuang dalam wawancara berikut ini:

Abi: Saya belum mempunyai sertifikasi halal dan saya udah dengar tentang sertifikasi halal, tapi ngeliat usaha lain yang

⁸² Hasil wawancara dengan Nur Ilah, Pelaku Usaha Gorengan, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 06 Februari 2025.

Pelaku usaha ini mengekspresikan bahwa ia melihat pelaku usaha yang lebih besar sudah memiliki sertifikasi halal, tapi tidak merasa ada dorongan kuat untuk dirinya sendiri. Ini menunjukkan perlunya motivasi dan dukungan khusus bagi usaha kecil untuk mengikuti sertifikasi.

Dengan tambahan wawancara ini, peneliti bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kompleksitas yang dihadapi oleh pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan terkait sertifikasi halal. Mayoritas pelaku usaha merasa kurang memiliki akses terhadap informasi yang memadai dan melihat proses sertifikasi yang dianggap rumit serta tidak memberikan dampak signifikan pada usaha kecil mereka. Berbeda pendapat dengan pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikasi halal. Berikut hasil wawancara dari 5 pelaku usaha:

Weni: sangat penting! Sertifikasi halal itu bikin pelanggan merasa aman dan tenang. Mereka tahu bahwa produk yang saya jual sesuai dengan syariat. Selain itu, sertifikat itu juga bisa jadi nilai tambah bagi usaha saya.⁸⁵

Hal serupa disampaikan Ari Al Idris sebagai pelaku usaha roti bakery sebagai berikut:

Ari Al Idris: Saya percaya bahwa dengan adanya sertifikasi halal, pelanggan yang datang ke dagangan saya jadi lebih percaya. Terutama di daerah ini, banyak orang yang sangat

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Abi, Pelaku Usaha Ayam Krispi, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 09 Februari 2025.

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Weni, Pelaku Usaha Kripik, Kecamatan Kualuh Selatan

memperhatikan soal halal. Jadi, sertifikat ini menjadi modal utama untuk menarik pelanggan.⁸⁶

Hal serupa disampaikan Dedy sebagai pelaku usaha Bakso yaitu sebagai berikut:

Dedy: Penting banget! Banyak pelanggan yang nanya, ini halal gak?" Jadi, sertifikasi halal itu jadi pegangan bagi saya untuk menunjukkan bahwa saya menjalankan usaha dengan serius. Itu juga make sure saya memilih bahan yang benar-benar halal.⁸⁷

Hal serupa disampaikan Dila Pasaribu sebagai pelaku usaha Katering yaitu sebagai berikut:

Dila Pasaribu: Sertifikasi halal itu krusial. Dengan memiliki sertifikat, saya bisa menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pelanggan yang sangat memperhatikan status halal. Apalagi di acara-acara besar, banyak klien yang nyari katering yang sudah bersertifikat halal.⁸⁸

Hal serupa disampaikan Widya pelaku usaha bakso yaitu sebagai berikut:

Widya: Saya menganggapnya sangat penting! Kita hidup di zaman di mana konsumen makin cerdas dan peduli dengan makanan yang mereka konsumsi. Sertifikasi halal adalah bukti bahwa saya peduli dengan kualitas dan kesehatan pelanggan. Jadi, nggak ada alasan buat nggak punya sertifikat itu.⁸⁹

Dari hasil wawancara dengan kelima pelaku usaha di atas, terlihat bahwa mereka semua sepakat bahwa sertifikasi halal itu sangat penting. Selain membangun kepercayaan pelanggan, sertifikasi ini juga

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Ari Ali Idris, Pelaku Usaha Roti Bakery, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 03 Februari 2025.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Dedy, Pelaku Usaha Bakso, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 05 Februari 2025.

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Dila Pasaribu, Pelaku Usaha Katering, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 04 Februari 2025.

memberikan banyak keuntungan dalam menarik lebih banyak konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Kementerian Agama dalam sosialisasi sertifikasi halal memang sangat diperlukan agar pelaku usaha memahami nilai tambah dari sertifikasi tersebut.

2. Implimentasi Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Sosialisasi Kewajiban Serifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha

Dalam penelitian mengenai implementasi strategi komunikasi Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan, Kabupaten Labuhanbatu Utara, ditemukan beberapa temuan khusus yang mencerminkan implemetasi dari strategi komunikasi Kementerian Agama tersebut Seperti terungkap dalam wawancara kepada Kepala Bimas Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara mengatakan bahwa:

- a. *Redudancy*, Kementerian Agama melakukan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal di pasar Gunting saga Kecamatan Kualuh Selatan pada bulan 01 April 2024, di Pasar Ledong Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 18 Agustus 2024 dan di Aek Natas Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 14 Oktober 2024. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi halal dan manfaat yang diperoleh, seperti akses pasar yang

lebih luas dan peningkatan kepercayaan konsumen. Peserta dalam sosialisasi tersebut yaitu pelaku usaha sebanyak 30 orang.

- b. *Canalizing*, Kegiatan sosialisasi di pasar Gunting saga Kecamatan Kualuh Selatan pada bulan 01 April 2024, di Pasar Ledong Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 18 Agustus 2024 dan di Aek Natas Kabupaten Labuhanbatu Utara pada 14 Oktober 2024, Kementerian Agama juga melakukan wawancara kepada pelaku usaha untuk mengetahui latar belakang pelaku usaha seperti seberapa banyak pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikasi halal. Materi yang disampaikan yaitu tentang pentingnya sertifikasi halal, pesertanya yaitu para pelaku usaha sebanyak 35 orang.
- c. *Persuasif*, Kementerian Agama melakukan sosialisasi di pasar Gunting saga Kecamatan Kualuh Selatan pada bulan 01 April 2024, di Pasar Ledong Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 18 Agustus 2024 dan di Aek Natas Kabupaten Labuhanbatu Utara pada tanggal 14 Oktober 2024, melalui media sosial seperti *facebook* (@Pendis Kemenag Labura) dan *instagram* (@kemenaglabura) agar bisa diakses dimana saja dan pelaku usaha yang tidak hadir juga mengetahui isi dari sosialisasi tersebut dan memahami pentingnya sertifikasi halal. Materi yang disampaikan yaitu tentang pentingnya sertifikasi halal peserta

yang ikut serta dalam sosialisasi tersebut adalah pelaku usaha sebanyak 15 orang.⁹⁰

Selanjutnya hasil wawancara kepada pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal, sebagaimana Wasno, pelaku usaha tahu krispi beranggapan sebagai berikut:

Wasno: Benar Kementerian Agama sudah melakukan sosialisasi tetapi saya belum terlalu paham mengenai hal tersebut, lagi pula usaha saya masih kecil nanti kalo sudah besar mungkin saya mendaftar sertifikasi halal itu.⁹¹

Pelaku usaha ini menyatakan bahwa fokusnya lebih pada operasional harian daripada mencari informasi tentang sertifikasi halal. Ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih terintegrasi agar informasi bisa sampai tanpa mengganggu kegiatan utama mereka. Selanjutnya Fauzi, pelaku usaha rumah makan beranggapan yaitu:

Fauzi: Benar sosialisasi dilakukan oleh Kementerian Agama, Saya mendengar bahwa sertifikasi halal itu penting, tapi bagi sebagian orang kayaknya itu cuma formalitas. Lagian, pelanggan saya nggak pernah protes soal halal atau nggaknya sih, tapi untuk kedepannya jika usaha saya sudah maju mungkin saya akan cari tau bagaimana daftar sertifikasi halal.⁹²

Pelaku usaha ini merasa bahwa sertifikasi halal lebih dilihat sebagai formalitas daripada kebutuhan mendesak. Ia berharap ada bukti nyata yang menunjukkan pentingnya sertifikasi bagi pelanggan agar

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Muhammad Yunus Silaen, Kepala Bimas Islam Kementerian Agama, Kabupaten Labuhanbatu Utara, 14 Februari 2025.

⁹¹ Hasil wawancara dengan Wasno, Pelaku Usaha Bakso Krispi, Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara, 09 Februari 2025.

pelaku usaha mau lebih peduli. Selanjutnya Zainal Abidin, pelaku usaha bakso bakar beranggapan seperti dalam wawancara berikut ini:

Zainal Abidin: Benar adanya sosialisasi, tapi informasi yang dikasi masih kurang detail. Paham sih pentingnya, tapi harus berurusan dengan birokrasi yang bikin males.⁹³

Pelaku usaha ini mengakui usaha untuk memahami sertifikasi halal lewat kursus tapi merasa informasi yang didapat masih belum cukup. Tanda-tanda ini menunjukkan perlunya kurikulum atau materi yang lebih komprehensif dalam pelatihan. Selanjutnya Junita Tanjung pelaku usaha mie ayam bakso beranggapan mengenai sertifikasi halal seperti tertuang dalam wawancara berikut ini:

Junita Tanjung: Benar sosialisasi dilakukan oleh Kementerian Agama kemariin dilakukan di pasar gunting saga, saya yakin semua yang dijual itu halal, karena semua dari petani lokal. Tapi buat urusan sertifikasi resmi, sepertinya tidak urgent untuk warung kecil kayak ini.

Pelaku usaha ini merasa yakin bahwa produk yang dia jual adalah halal karena sumbernya dari petani lokal. Namun, ia menganggap sertifikasi resmi tidak mendesak, menunjukkan yang perlu ditekankan adalah bagaimana sertifikasi halal bermanfaat untuk bisnis skala kecil.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Beberapa poin penting yang bisa diambil dalam penelitian strategi komunikasi Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban

sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara adalah:

- a. Keterbatasan Waktu: Banyak pelaku usaha yang terlalu sibuk dengan operasional harian sehingga belum memiliki waktu untuk mendalami sertifikasi halal.
- b. Edukasi yang Lebih Terarah: Terdapat permintaan untuk seminar atau sosialisasi yang jelas dan terfokus agar mereka bisa mendapatkan informasi yang konkret dan bermanfaat.
- c. Kurangnya Pengetahuan: Banyak pelaku usaha yang merasa kurang paham tentang apa itu sertifikasi halal dan prosedurnya. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih baik dalam edukasi mengenai sertifikasi halal.
- d. Informasi yang Minim: Para pelaku usaha mengeluhkan bahwa informasi mengenai kewajiban sertifikasi halal tidak cukup disosialisasikan. Ini menunjukkan bahwa kementerian agama perlu melakukan kampanye yang lebih intensif.

Dari sini, pihak kementerian agama bisa memahami bahwa strategi komunikasi dan sosialisasi yang lebih adaptif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha kecil sangat diperlukan agar kewajiban sertifikasi halal bisa diterima dan dilaksanakan dengan baik.

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada strategi komunikasi Kementerian Agama dalam sosialisasi kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan,

Kabupaten Labuhanbatu Utara. Ditemukan bahwa terdapat kekurangan dalam strategi komunikasi yang diterapkan, yang berdampak pada rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan terarah sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha.

Dalam konteks Teori Komunikasi Organisasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kementerian Agama mengadopsi strategi komunikasi yang terstruktur dan terorganisasi, mencakup strategi komunikasi informatif, persuasif, persuasif dan hubungan manusiawi. Kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang sertifikasi halal menjadi salah satu tantangan utama dalam implementasi kebijakan ini. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami manfaat sertifikasi halal, baik dari segi hukum maupun pemasaran produk. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya upaya edukasi yang lebih intensif dan berkelanjutan dari Kementerian Agama untuk menjelaskan pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini merekomendasikan agar Kementerian Agama melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap strategi komunikasi yang ada. Dengan meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang sertifikasi halal, diharapkan akan tercipta kesadaran yang lebih tinggi dan kepatuhan yang lebih baik terhadap

regulasi yang ditetapkan. Hal ini tidak hanya akan menguntungkan pelaku usaha, tetapi juga akan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk halal di wilayah tersebut.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan langkah-langkah yang sedemikian rupa agar menghasilkan yang sebaik mungkin. Namun dalam proses untuk menghasilkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Jumlah responden yang hanya 23 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini banyak menggunakan subjektifitas para narasumber yang beresiko kuat mengurangi objektifitas hasil penelitian. Karakter peneliti sangat mempengaruhi hasil penelitian, bisa jadi ketika bertemu dengan peneliti lain dengan karakter berbeda hasilnya juga berbeda.
3. Dalam wawancara dengan pelaku usaha terkadang menunjukkan hasil yang berbeda, hal ini terjadi dikarenakan perbedaan pemikiran dan pemahaman setiap pelaku usaha.
4. Peneliti menggunakan analisis deskriptif, sehingga hasil penelitian masih belum maksimal.
5. Pemindahan tanggung jawab sertifikasi halal dari kementerian agama ke BPJPH dapat menyebabkan tantangan koordinasi antara 2 lembaga tersebut, terutama dalam hal pembagian peran dan

tanggung jawab dalam sosialisasi kepada pelaku usaha. Dengan adanya pemisahan ini, upaya sosialisasi mungkin belum merata disemua wilayah, terutama didaerah Kecamatan Kualuh Selatan, akibat keterbatasan akses sumber daya.

Meskipun begitu peneliti akan terus berupaya semaksimal mungkin agar keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini tidak mengurangi hasil dan kesimpulan yang diinginkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Strategi Komunikasi yang dilakukan Kementerian Agama di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara yaitu: pertama *redudancy* (pengulangan pesan), yaitu melakukan sosialisasi dilapangan seperti mendatangi pasar yang ada di Kecamatan Kualuh Selatan, kedua *canalizing* (penyaluran informasi), seperti menyebarkan informasi mengenai sertifikasi halal melalui media sosial *facebook* (@Pendis Kemenag Labura) yang memiliki 1,1 rb pengikut dan *instagram* (@kemenaglabura) yang memiliki 227 pengikut dan ketiga *persuasif* (mempengaruhi khalayak), adapun informan yang sudah memiliki sertifikasi halal yaitu Ari Al-Idris, Dila Pasaribu, Dedy, Asli Nasution, Weni dan Widya.
2. Implementasi strategi komunikasi Kementerian Agama Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara merujuk pada penerapan pada strategi komunikasi dan teknologi atau media sosial yang digunakan. Dalam semua konteks, keberhasilan implementasi sangat bergantung pada komunikasi yang efektif dan keterlibatan semua pihak yang terlibat. Tetapi dapat disimpulkan masih menghadapi beberapa kendala, adapun kendalanya yaitu terdapat

kekurangan dalam hal efektifitas penyampaian informasi, pemahaman masyarakat dan keterlibatan pelaku usaha.

B. Saran

1. Saran untuk Kementerian Agama di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara

Diharapkan kepada Kementerian Agama memastikan strategi komunikasi yang digunakan sudah efektif dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha. Selanjutnya Bimas Islam Memperkuat konten atau isi pesan yang disebar dalam sosialisasi sertifikasi halal. Memanfaatkan media sosial seperti instagram dan tiktok dengan konten yang menarik. Kedepannya juga lebih memperkuat kolaborasi dengan Dinas-Dinas terkait, yang memiliki daya untuk menarik khalayak.

2. Saran untuk pelaku usaha yang belum mempunyai sertifikasi halal

Diharapkan kepada para pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara menyadari pentingnya sertifikasi halal untuk menjamin keamanan, kenyamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi konsumen. Karena dengan adanya sertifikasi halal dapat memperluas pangsa pasar. Pelaku usaha sebaiknya aktif mencari informasi dan mengikuti kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara.

3. Saran untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya, perlu menekankan penyajian pesan yang lebih konseptual. Lakukan evaluasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha. Selanjutnya meneliti bagaimana Kementerian Agama membangun jejaring dengan pelaku usaha dan meneliti pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan tiktok dengan konten yang menarik dan melibatkan berbagai institusi sebagai agen sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggito, A. & Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Jawa Barat: CV Jejak).
- Anwar, A. (1994). *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: CV Armico).
- Aziz,. M. Ali. (2004). *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Prenada Media).
- Bachtiar, W. (1997). *Metodologi Penelitian Dakwah*. (Jakarta: Logos Wacana Ilmu).
- Bungin, B. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Depok: PT Rajagrafindo).
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Dimiyati, M. (2006). *Belajar dan Pembelajaran*. (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Guffar, M., & Rasyid, Tarmizi., dkk. (2023). *Industri Halal Di Indonesia*. (Banten: PT Sada Kurnia Pustaka).
- Hasan,. N., Sofyan. (2011). *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif (Regulasi dan Implementasi di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Presindo).
- Hendri,. E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Kamsari, A. (2019). “Mekanisme Pengajuan Sertifikasi Halal Bagi UMK”. (Jakarta: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).
- Kementerian Agama, RI. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Kementerian Agama RI).
- Kholil, S. (2006). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Citapustaka).
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. (2008). *Panduan Umum System Jaminan Halal LPPOM-MUI*. (Jakarta: LPPOM MUI).
- Liliwieri,. A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencana).
- Moelong,. Lexy,. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

- Muhammad, A. (1995). *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara).
- Mulia, S., H. Juni, W., S.R., & Esli, Z.R., (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Prenada).
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Sanasintani. (2020). *Penelitian Kualitatif*. (Malang: Selaras Perum, Pesona Griya Asri A-11).
- Sari, Ifit, N. & Lailla Puji. dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Malang: Unisma Press).
- Sari, M. (2018). *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Deepublish).
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. (Jakarta: Buku Seru).
- Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Suwendra, I., Wayan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: CV Nilacakra).
- Sari, M. (2018). *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Deepublish).
- Uchjana E., O. (2009). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. (Bandung: Alumni).

JURNAL

- Arifin, Hafiznur. (2023). "Analisis Sistem Sertifikasi Halal Kategori Self Declare". *Sinomika Journal*. Vol. 1. No. 5.
- Asmawati, Putri, A., dkk. (2024). "Sosialisasi Program Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil". *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. Vol. 8. No. 2.
- Calav, E. C. (2024). "Implementasi Kebijakan Pesta Rakyat Di Kabupaten Musi Rawas Utara". *Jurnal Kyberman*. Vol. 14. No. 1.
- Hardiansyah, T., Rizki, & Muhammad, Yazid, dkk. (2024). "Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Mensosialisasikan Urgensi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah". *Jurnal Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*. Vol. 10. No. 2.

- Indah Purwaning,. S. & Hikmatul Hasanah. (2021). “Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan UMKM”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*. Vol. 1. No. 2..
- Kahpi,. M,. Latip. (2022). “Strategi Komunikasi BNNK Tapanuli Selatan Dalam Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkoba (P4GN). *Jurnal Hikmah*. Vol. 16. No. 2.
- Lahamit, S. (2021). “Sosialisasi Peraturan Daerah Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Legislasi Anggota DPRD Provinsi Riau (Studi Pelaksanaan Sosialisasi Peraturan Daerah di Masa Pandemi Covid 19)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*. Vol. 7. No. 1.
- M, Masringgit. & Nurmaliana Sari. dkk. (2023). “Pentingnya Sosialisasi Bimbingan Konseling untuk Dunia Pendidikan”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 7. No. 1.
- Mustakim, Z. & Oki Setiawan dkk. (2022). “Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi UMKM di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik”. *Journal of Community Service*. Vol. 4. No. 2.
- Normina. (2014). “Masyarakat Dan Sosialisasi”. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*. Vol. 12. No. 22.
- Priyadi, C,. & Rendy,. Dwi Saputra. (2019). “ Implementasi Strategi Komunikasi Management Artis Dalam Mempromosikan Constellation Asia Tour 2015”. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. Vol. 2. No. 2.
- Putra,. Puji,. A.A. (2017). “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam”. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol.1. No. 1.
- Samsuri, W. (2020). “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”. *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*. Vol. 2. No. 1.
- Susanto, D. (2014). “Media Sosialisasi Beberapa Jenis-Jenis Narkoba Pada Kantor Badan Narkotika Nasional Provinsi Jambi”. *Jurnal Akademika*. Vol. 7. No. 1.

Yuanitasari, D. (2024). "Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal pada UMKM di Kabupaten Sumedang". *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, Vol. 5. No. 2.

INTERNET

Badan Pusat Statistik Indonesia. "*Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan*". <https://labuhanbatuutarakab.bps.go.id> , diakses Pada Tanggal 21 Desember 2024, Pukul 07.10 WIB.

Hukumonline. "*Definisi Istilah Hukum Pelaku Usaha*". (<http://www.hukumonline.com>), diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 07.48 WIB.

KBBI Online, Diakses melalui. (<https://kbbi.web.id/sosialisasi>). pada tanggal 10 November 2024, Pukul 17:35 WIB.

Kementerian Agama RI, "Sejarah". (<https://kemenag.go.id>). diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 07:43 WIB.

Pers Rilis, Diakses melalui. <https://kemenag.go.id>. pada tanggal 3 Desember 2024 pukul 18.50 WIB).

Sarifah,. Fathia. (2021). "*Kewajiban Sertifikasi Halal Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Pada Produk Pangan Olah*" (JDIH Prov Kalteng). <https://jdih.kalteng.go.id/berita/baca>. diakses pada tanggal 21 Desember 2024 Pukul 08.06 WIB.

LAMPIRAN I

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Pribadi

1. Nama Lengkap : Hotmaida Panjaitan
2. NIM : 2130100005
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/ Tanggal Lahir : Tanah Tinggi, 12 November 2002
5. Anak Ke- : 2 Dari 6 Bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Agama : Islam
8. Alamat Lengkap : Tanah Tinggi, Kec. Kualuh Selatan,
Kab. Labuhanbatu Utara
9. No. Telp/ Hp : 085361228301
10. E-Mail : hotmaidapjt12@gmail.com

II. Identitas Orang Tua

1. Ayah

- a. Nama : M. Sulaiman Panjaitan
- b. Pekerjaan : Wiraswasta
- c. Alamat : Tanah Tinggi
- d. Telp/ HP : 083834290736

2. Ibu

- a. Nama : Fitriani Pasaribu
- b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
- c. Alamat : Tanah Tinggi
- d. Telp/ HP : 082294998246

III. Pendidikan

1. SD Al-Washliyah no. 84 Tanah Tinggi dari tahun 2009
2. MTsN 1 LABURA dari tahun 2015
3. MAN 2 LABURA dari tahun 2018
4. UIN Syahada Padangsidimpuan dari tahun 2021

IV. Motto Hidup

“Bekerja Keraslah dalam Diam, Biarlah Kesuksesan Berbicara”

V. Pengalaman Organisasi

- a. Ikatan Mahasiswa Labuhanbatu Utara Padangsidempuan (IMLUPAS)
- b. Pusat Kajian Studi Lingkungan Hidup (PKSLH)
- c. Himpunan Mahasiswa Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

PEDOMAN OBSERVASI

Pengamatan atau kegiatan observasi yang dilakukan bertujuan untuk mencari, mendapatkan, dan mengumpulkan hal yang berkaitan dengan penelitian yang digunakan. Pedoman observasi si peneliti adalah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang digunakan Kementerian Agama dalam sosialisasi sertifikasi halal yaitu Bapak Agus Priadi, S.Ag, M.Si selaku kepala kantor Kementerian Agama di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara.
2. Materi apa yang disampaikan Kementerian Agama dalam sosialisasi sertifikasi halal bagi pelaku usaha di Kecamatan Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara
3. Manfaat yang didapat dalam sosialisasi sertifikasi halal bagi pelaku usaha

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman ini disusun untuk membantu observasi yang efektif, objektif dan sistematis. Dengan mengikuti pedoman ini, diharapkan observasi dapat menghasilkan data akurat dalam konteks penelitian. Adapun pedoman wawancara yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

Kementerian Agama

1. Peran apa yang dimainkan oleh Kementerian Agama dalam sosialisasi (misalnya, sebagai penyelenggara, fasilitator, penyedia informasi)?
2. Apakah Kementerian Agama bekerja sama dengan pihak lain dalam sosialisasi (misalnya, lembaga sertifikasi halal, pemerintah daerah, organisasi masyarakat)?
3. Apakah Kementerian Agama melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan sosialisasi?
4. Metode apa yang digunakan dalam sosialisasi (misalnya, seminar, workshop, kunjungan langsung, media sosial)?
5. Seberapa sering sosialisasi dilakukan?
6. Media apa yang digunakan untuk mempromosikan sosialisasi?
7. Berapa jumlah pelaku usaha yang mengikuti sosialisasi sertifikasi halal?

Pelaku Usaha

8. Bagaimana Bapak/Ibu memperoleh informasi mengenai sertifikasi halal?
9. Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang sertifikasi halal?

10. Apakah materi sosialisasi yang disampaikan sudah cukup jelas dan mudah dipahami?
11. Apakah Bapak/Ibu sudah menggunakan sertifikasi halal? Kenapa?
12. Kendala apa yang dihadapi Bapak/Ibu dalam proses sertifikasi halal (misalnya, biaya, persyaratan, waktu)?
13. Apa saja kegiatan sosialisasi yang Bapak/Ibu ikuti? Apakah sudah merasa kegiatan tersebut membantu?

LAMPIRAN IV

LAMPIRAN DOKUMEN PENELITIAN



Gambar 1. Hasil wawancara dengan KAKAN Kemenag Labura Bapak Agus Priadi, S.Ag.M.Si (Pada tanggal 07 Februari 2025)



Gambar 2. Hasil wawancara dengan Kasi Bimas Islam Bapak Dr.H.Muhammad Yunus Silaen, M.A (Pada tanggal 13 Februari 2025)



Gambar 3. Hasil wawancara dengan Ibu Ari Al Idris pelaku usaha Bakery (Pada tanggal



Gambar 4. Hasil wawancara dengan Ibu Nur Ilah Pelaku usaha gorengan (Ayam Crispy)



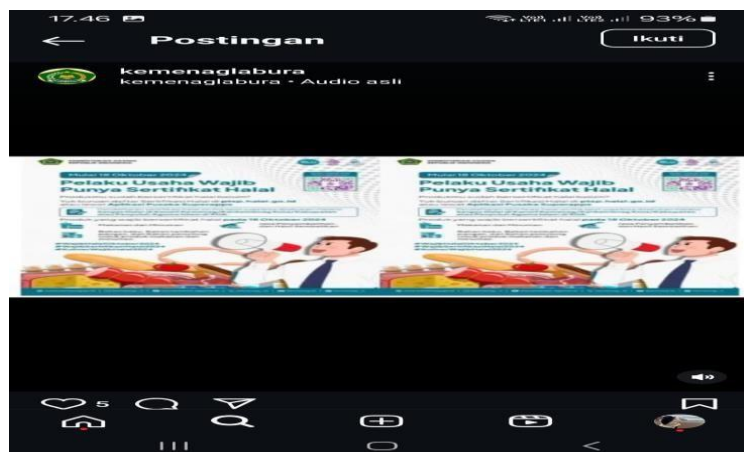
**Gambar 5. Hasil wawancara dengan Ibu Weni pelaku usaha kripik
(Pada tanggal 04 Februari 2025)**



**Gambar 6. Hasil wawancara dengan Ibu Eli pelaku usaha pecal
(Pada tanggal, 06 Februari 2025)**



Gambar 7. Hasil wawancara dengan Bapak Wasno pelaku usaha tahu crispy (Pada tanggal 09 Februari 2025)



Gambar 8 . Hasil observasi penelitian di akun Instagram@kemenaglabura



Gambar 9. Sertifikat halal pelaku usaha



Gambar 10. Eksistensi Tim Pendamping Produk Halal Kabupaten Labuhanbatu Utara (Pada tanggal 01 April 2024)

HASIL WAWANCARA

Narasumber 1: Eli pelaku usaha pecal usia 42 tahun

Informasi soal sertifikasi halal ini saya dapatkan dari berbagai sumber, dek. Pertama, dari teman-teman sesama pedagang makanan. Mereka banyak yang sudah mulai mengurus atau setidaknya tahu informasinya. Terus, kadang juga ada penyuluhan dari dinas terkait atau MUI (Majelis Ulama Indonesia), biasanya di tingkat kelurahan atau kecamatan. Saya juga suka lihat media sosial, kadang ada iklan atau postingan tentang pentingnya sertifikasi halal ini. Kadang kalau ada pameran UMKM juga suka ada stan yang menyediakan informasi. Sepengetahuan saya, sertifikasi halal itu semacam jaminan dari pemerintah atau lembaga berwenang (MUI) bahwa produk makanan atau minuman yang kita jual itu prosesnya syar'i, dari bahan baku sampai penyajiannya. Jadi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam. Penting sekali ini, karena konsumen jadi lebih tenang dan percaya kalau produk kita sudah ada logo halalnya. Intinya, menjamin kehalalan produk lah. Jujur saja, sampai saat ini saya belum menggunakan sertifikasi halal untuk pecel saya. Alasannya, yang pertama, masih merasa prosesnya agak rumit dan butuh waktu. Lalu, pertimbangan biaya juga ada, dek. Saya kan usaha kecil-kecilan, jadi perlu memikirkan betul-betul setiap pengeluaran. Tapi niat untuk mengurus itu ada kok, karena saya tahu ini penting untuk menarik pelanggan, terutama yang muslim.

Narasumber 2: Wasno pelaku usaha Tahu krispi usia 60 tahun

Kalau informasi soal sertifikasi halal ini, saya lebih banyak tahu dari teman-teman sesama pedagang UMKM, dek. Kadang kami ngobrol-ngobrol, mereka cerita kalau ada sosialisasi atau pengalaman mengurus sertifikasi. Saya juga pernah lihat di televisi atau media online sekilas tentang pentingnya halal ini. Terus, pas ada acara pameran produk UMKM, sering juga ada yang menjelaskan tentang sertifikasi ini. Terus terang, sampai saat ini saya belum menggunakan sertifikasi halal untuk tahu krispi saya. Alasannya, yang pertama itu prosesnya saya dengar agak panjang dan rumit. Terus, ada pertimbangan biaya juga, dek. Untuk usaha kecil seperti saya, setiap pengeluaran harus dihitung betul-betul. Sebenarnya niatnya ada, karena saya tahu ini bisa meningkatkan kepercayaan pembeli dan memperluas pasar. Kendala utamanya itu biaya, ya. Meskipun dengar-dengar ada program gratis, tapi kadang ada saja biaya lain yang muncul atau harus keluar uang untuk melengkapi persyaratan. Kedua, persyaratan dan dokumennya itu kadang membuat bingung. Banyak detail yang harus disiapkan, jadi saya sering bingung harus mulai dari mana. Lalu, waktu juga jadi kendala besar. Saya kan mengurus usaha ini sendiri, jadi waktu untuk mengurus sertifikasi sering terbentur dengan waktu untuk produksi dan jualan.

Informasi mengenai sertifikasi halal ini saya peroleh dari beberapa sumber, ya. Yang paling utama itu dari asosiasi pengusaha roti dan kue tempat saya bergabung. Mereka sering mengadakan seminar atau workshop tentang hal ini. Kemudian, saya juga aktif mencari tahu lewat internet, khususnya situs-situs resmi lembaga sertifikasi halal. Kadang ada juga petugas dari dinas terkait yang datang berkunjung ke toko dan memberikan informasi. Jadi, saya memang cukup proaktif mencari tahu karena merasa ini penting untuk usaha saya. Materi sosialisasi yang pernah saya ikuti, secara umum cukup jelas dan komprehensif. Penjelasan terstruktur, mulai dari landasan hukum, prosedur, sampai persyaratan yang dibutuhkan. Namun, terkadang ada istilah-istilah teknis atau legal yang mungkin agak sulit dipahami oleh pelaku usaha kecil yang kurang familiar dengan birokrasi. Ya, Alhamdulillah, usaha roti dan bakery kami sudah memiliki sertifikasi halal. Kami mengurusnya sejak dua tahun lalu. Alasannya jelas, karena pasar utama kami adalah masyarakat Muslim, dan mereka sangat memperhatikan kehalalan produk. Dengan adanya sertifikasi halal, konsumen menjadi lebih percaya dan yakin untuk membeli produk kami. Selain itu, ini juga membuka peluang pasar yang lebih luas, misalnya untuk pasokan ke hotel atau supermarket yang mensyaratkan produk berlabel halal.

Narasumber 4: Junita Tanjung pelaku usaha Mie Ayam Bakso usia 39 tahun

Saya dapat informasinya dari berita di TV dek, terus kadang teman-teman sesama pedagang juga suka ngobrolin. Pernah juga ada penyuluhan dari kelurahan tentang pentingnya sertifikasi ini, tapi saya belum sempat ikut semua. Pokoknya sudah sering dengar lah, kalau sekarang itu produk makanan sebaiknya punya sertifikat halal. Kalau materi sosialisasi yang saya ikuti atau dengar, ada yang lumayan jelas, tapi kebanyakan pakai bahasa yang agak sulit dimengerti oleh orang awam seperti saya. Terlalu banyak istilahnya. Saya kan ibu rumah tangga yang jualan, jadi kalau bisa penjelasannya lebih sederhana, pakai bahasa sehari-hari. Mungkin dikasih contoh langsung atau gambar-gambar gitu, biar lebih gampang pahamnya. Jadi, belum sepenuhnya mudah dipahami untuk saya. Ujur, sampai sekarang mie ayam bakso saya belum bersertifikasi halal. Alasannya itu karena saya merasa prosesnya rumit dan butuh waktu lama. Saya ini kan jualan sendiri, Mas/Mbak, tidak ada yang bantu ngurus. Terus terang juga, ada kekhawatiran soal biaya. Saya ini usaha kecil-kecilan, jadi setiap pengeluaran harus dihitung betul-betul. Tapi niat untuk mengurusnya ada kok, karena saya tahu ini penting untuk menarik lebih banyak pembeli.

Narasumber 5: Abi Pelaku usaha Ayam Krispi usia 48 tahun

Sepengetahuan saya, sertifikasi halal itu semacam pengakuan resmi dari pemerintah atau MUI bahwa produk makanan yang kita jual itu prosesnya bersih, bahannya dari sumber yang halal, dan cara pengolahannya juga tidak melanggar syariat Islam. Jadi, misalnya ayamnya itu disembelih secara syar'i, terus bumbu-bumbunya juga tidak mengandung bahan yang dilarang. Tujuannya ya biar konsumen Muslim merasa aman dan tidak was-was saat membeli produk kami. Untuk materi sosialisasi yang pernah saya ikuti atau dengar, ada yang sudah cukup jelas, tapi banyak juga yang masih pakai bahasa terlalu tinggi atau rumit. Kami ini kan pedagang kecil, jadi kalau bisa penjelasannya lebih sederhana dan langsung ke intinya. Pakai contoh-contoh praktis biar lebih gampang membayangkannya. Jadi, kalau ditanya sudah cukup jelas dan mudah dipahami, saya rasa masih perlu disederhanakan lagi, terutama untuk kami yang awam dengan istilah-istilah birokrasi. Belum, dek. Usaha ayam krispi saya belum memiliki sertifikasi halal. Alasannya, yang utama itu saya merasa prosesnya sangat ribet dan memakan waktu. Saya ini kan mengurus sendiri, dari belanja bahan, masak, sampai melayani pembeli. Jadi, saya tidak punya cukup waktu untuk mengurus segala macam persyaratan dan berkas. Selain itu, masalah biaya juga jadi pertimbangan. Saya ini usaha kecil, jadi takutnya biayanya nanti memberatkan

Narasumber 6: Fitri pelaku usaha pisang cokelat usia 38 tahun

Sepengetahuan saya, sertifikasi halal itu semacam izin atau tanda resmi dari lembaga seperti MUI atau pemerintah, yang menyatakan bahwa produk makanan kita itu aman dan boleh dikonsumsi oleh umat Islam. Ini berarti dari bahan-bahan yang dipakai, seperti pisangnya, coklatnya, kulit lumpianya, dan cara mengolahnya, semua harus dipastikan tidak ada yang haram atau kotor. Intinya sih, ini jaminan untuk pembeli Muslim biar mereka tidak ragu makan pisang coklat buatan saya. Belum, dek. Pisang coklat saya belum memiliki sertifikasi halal. Alasannya, yang pertama itu saya dengar prosesnya panjang dan ribet. Saya ini jualan sendiri di gerobak, jadi tidak punya waktu banyak untuk mengurus segala berkas-berkasnya. Lalu, masalah biaya juga jadi pertimbangan utama. Untuk usaha sekecil saya, mengeluarkan uang untuk sertifikasi itu lumayan besar. Tapi saya tahu ini penting, cuma ya itu, masih terbentur kendala.

Narasumber 7: Dila Pasaribu pelaku usaha katering usia 29 tahun

Bagi saya, sertifikasi halal itu adalah sebuah sistem penjaminan mutu dan kehalalan produk yang sangat penting. Ini bukan hanya sekadar label atau stiker, tapi sebuah proses yang menjamin bahwa mulai dari bahan baku, proses produksi, peralatan yang digunakan, hingga penyajian makanan, semuanya sesuai dengan syariat Islam dan tidak terkontaminasi oleh hal-hal yang haram atau najis. Ini memberikan rasa aman dan kepercayaan penuh

bagi konsumen, terutama yang beragama Muslim, untuk mengonsumsi produk katering kami. Lebih jauh lagi, ini menunjukkan komitmen kami terhadap kualitas dan integritas usaha. Ya, katering kami sudah bersertifikasi halal sejak tiga tahun yang lalu. Keputusan untuk mengurus sertifikasi ini adalah prioritas utama kami. Alasannya kuat sekali: mayoritas klien katering kami adalah Muslim, baik untuk acara keluarga, korporat, maupun pemerintahan. Dengan adanya sertifikasi halal, kami bisa memperluas pangsa pasar karena katering kami menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari makanan terjamin halalnya. Ini juga meningkatkan kredibilitas dan reputasi usaha kami, memberikan nilai tambah yang signifikan di mata konsumen.

Narasumber 8: Zainal Abidin pelaku usaha bakso bakar usia 62 tahun

Kendala terbesar yang saya hadapi itu waktu, dek. Susah sekali mencari waktu luang di sela-sela jualan untuk mengurusnya. Terus, persyaratannya juga saya dengar banyak sekali dan detail, kadang bikin pusing harus menyiapkan apa saja. Misalnya, harus tahu dari mana asal dagingnya, bumbu-bumbunya. Dan ya, biaya juga jadi kendala utama, meskipun ada program gratis, saya takut nanti ada biaya-biaya lain yang tidak terduga di tengah jalan. Rasanya kok terlalu berat untuk pedagang kecil seperti saya. Belum, dek. Bakso bakar saya belum memiliki sertifikasi halal. Alasannya, yang pertama itu saya dengar prosesnya sangat rumit dan memakan waktu. Saya ini kan mengurus sendiri semua jualan, dari belanja bahan sampai melayani pembeli. Jadi, saya tidak punya cukup waktu luang untuk mengurus segala persyaratan dan berkasnya. Selain itu, masalah biaya juga jadi pertimbangan besar. Untuk usaha kecil seperti saya, mengeluarkan uang untuk sertifikasi itu lumayan berat.

Narasumber 9: Suherpan pelaku usaha mie ayam usia 47 tahun

Pemahaman saya tentang sertifikasi halal itu, ini adalah penjaminan resmi dari pihak berwenang, entah itu MUI atau pemerintah, bahwa mie ayam yang saya jual ini diproses dari bahan-bahan yang sesuai syariat Islam. Artinya, tidak ada campuran yang dilarang, mulai dari ayamnya, mie-nya, bumbu-bumbunya, semua harus halal dan bersih. Buat saya, ini penting sekali untuk memberikan keyakinan dan rasa aman bagi para pelanggan Muslim yang makan di tempat saya. Belum,dek. Sayangnya, mie ayam saya belum bersertifikasi halal. Alasan utamanya, saya merasa prosedurnya itu berbelit-belit dan memakan banyak waktu. Saya ini kan kerja sendiri, dari pagi sampai malam melayani pelanggan. Jadi, susah sekali mencari waktu luang untuk mengurus segala persyaratan dan berkas yang katanya banyak sekali. Selain itu, masalah biaya juga menjadi beban pikiran. Untuk usaha kecil seperti saya, rasanya berat sekali jika harus mengeluarkan biaya tambahan untuk ini.

Narasumber 10: Warino pelaku usaha gorengan usia 53 tahun

Saya pernah beberapa kali ikut sosialisasi yang diselenggarakan oleh pihak kelurahan atau dinas terkait, kadang di balai warga. Ada juga info yang didapat dari komunitas pedagang online. Kegiatan-kegiatan tersebut cukup berguna untuk memberikan gambaran awal tentang sertifikasi halal dan manfaatnya. Namun, kalau dibilang sudah cukup membantu untuk saya benar-benar memulai prosesnya, rasanya belum maksimal. Saya sangat berharap ada pendampingan yang lebih nyata, tidak hanya sekadar ceramah, tapi juga bantuan langsung dalam mengisi formulir atau mengecek bahan baku. Itu baru akan sangat membantu kami. Sayangnya, gorengan saya belum bersertifikasi halal, dek. Ada beberapa alasan kuat. Pertama, saya merasa prosedurnya itu tampak sangat rumit dan makan banyak waktu. Saya ini kan mengurus semua sendiri, dari menyiapkan adonan sampai menggoreng dan melayani pembeli. Jadi, saya nyaris tidak punya waktu luang untuk mengurus berkas-berkasnya. Kedua, permasalahan biaya juga jadi pertimbangan besar. Dengan modal usaha yang pas-pasan, saya khawatir biaya sertifikasi nanti malah memberatkan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN LABUHANBATU UTARA

Jalan Lintas Sumatera Damuli Kecamatan Kualuh Selatan

Telepon (0824) 7872001

Email : kab.labura@kemenag.go.id dan kab.labuhanbatuutara@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : B- 144 /Kk.02.30/1/PP.06/03/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Agus Priadi, S.Ag. M.Si
NIP : 197008141997041001
Pangkat / Gol. Ruang : Pembina Tk. I – IV/b
Jabatan : Kepala Kantor

dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Hotmaida Panjaitan
NIM : 2130100005
Fakultas / Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi / KPI
Alamat : Desa Tanah Tinggi Kec. Kualuh Selatan Kabupaten Labuhanbatu Utara

Telah melaksanakan Penelitian di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Labuhanbatu Utara untuk menyelesaikan Skripsi dengan judul ***"Strategi Komunikasi Kementerian Agama dalam Sosialisasi Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha di Kabupaten Labuhanbatu Utara"***

Demikian Surat Keterangan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Labuhanbatu, 03 Maret 2025

Agus Priadi