

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN  
AGAMA KOTA PEKALONGAN DALAM  
MENDORONG SERTIFIKASI HALAL BAGI  
PELAKU UMKM DI KOTA PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

**ADE FITRI**  
**NIM. 3419044**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN  
AGAMA KOTA PEKALONGAN DALAM  
MENDORONG SERTIFIKASI HALAL BAGI  
PELAKU UMKM DI KOTA PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

**ADE FITRI**  
**NIM. 3419044**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ade Fitri  
NIM : 3419044  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 20 Desember 2023

Yang Menyatakan,



**Ade Fitri**

**NIM. 341904**

## **NOTA PEMBIMBING**

**Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I**

**Wonopringgo Pegaden Tengah Perumahan Graha Naya Blok B.**

**18**

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri, Ade Fitri

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan

Penyiaran Islam

di-**PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkannaskah skripsi saudara:

Nama : Ade Fitri

NIM : 3419044

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota  
Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal  
Bagi Pelaku Bisnis UMKM di Kota Pekalongan

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 12 Desember 2023

Pembimbing,



**Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I**

**NIP. 197605202005011006**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161  
Website: [fuad.uingusdur.ac.id](http://fuad.uingusdur.ac.id) | Email : [fuad@uingusdur.ac.id](mailto:fuad@uingusdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri  
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **ADE FITRI**

NIM : **3419044**

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN  
AGAMA KOTA PEKALONGAN DALAM  
MENDORONG SERTIFIKASI HALAL BAGI  
PELAKU UMKM DI KOTA PEKALONGAN**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 27 Februari 2024 dan dinyatakan **LULUS**  
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

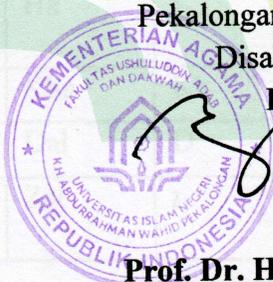
**Dr. Agus Fakhрина, M.S.I**  
NIP. 197701232003121001

**Kholid Noviyanto, MA.Hum**  
NIP. 198810012019031008

Pekalongan, 26 April 2024

Disahkan Oleh

Dekan



**Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag**  
NIP. 197305051999031002

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

### 1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṡ	es ( dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik dibawah)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	”	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Rangkap Panjang
أ = a	أَي = ai	آ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أ = u		أُو = ū

## 3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

## 4. Kata Sandang Artikel

kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badi'*

اجلال ditulis *al-jalāl*

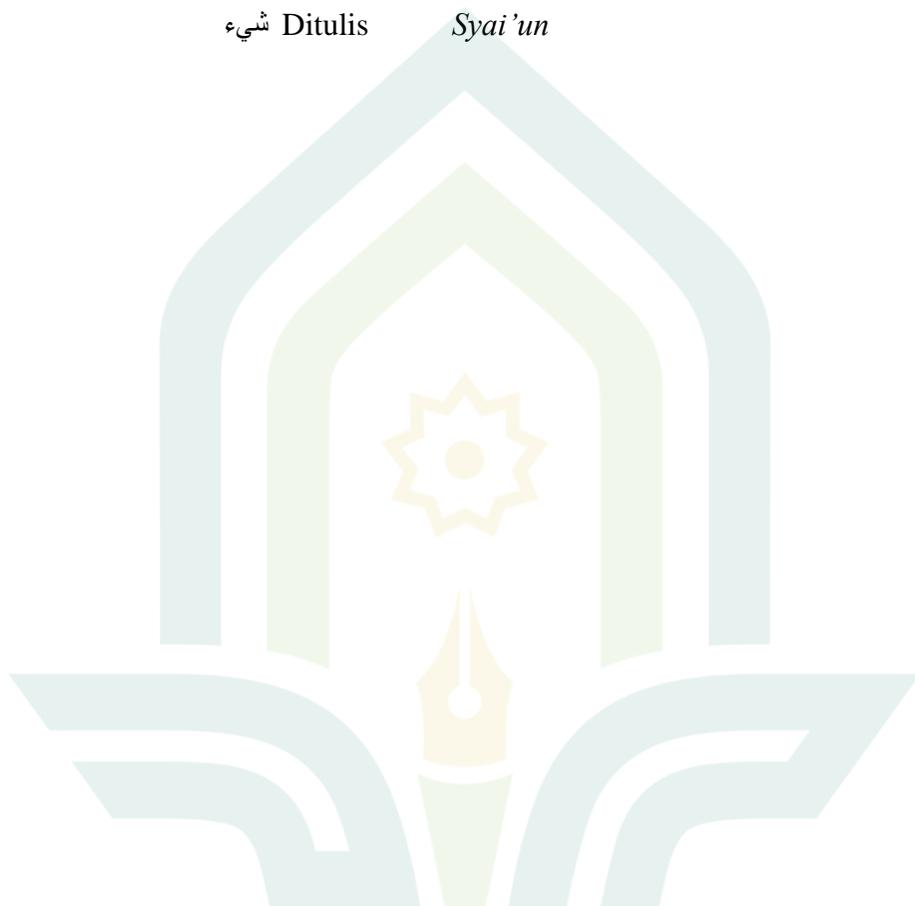
## 5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرئ Ditulis *Umirtu*

شيء Ditulis *Syai'un*



## KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam yang selalu tucurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW. Sebagai rasa cinta dan tanda kasih kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I selaku Pembimbing skripsi. Yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
3. Orang tua dan segenap keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Teman-teman, senasib seperjuangan terima kasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari selama proses perkuliahan menjadi lebih menyenangkan.
5. Seluruh anggota NCT *boygroup* (NCT 127, NCT DREAM, WAYV dan NCT U), terutama Na Jaemin dan Lee Haechan yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis secara tidak langsung melalui karya dan pribadinya.

Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi peneliti dan pembaca.

## MOTTO

***“Jangan takut gagal. Takutlah untuk tidak mencoba.”***

***(Lee Haechan NCT)***



## ABSTRAK

Fitri, Ade. 2023. Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I

### **Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Sertifikasi Halal dan UMKM.**

Permasalahan saat ini adalah untuk mendukung pemerintah dalam rangka program satu juta sertifikasi halal gratis 2023, pelaku UMKM kuliner harus mempunyai sertifikasi halal Kementerian Agama Kota Pekalongan harus melakukan sosialisasi dengan menggunakan strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Kementerian Agama kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan dan bagaimana model komunikasi Kementerian Agama yang digunakan untuk mendorong sertifikasi halal pada produk makanan. Namun, peneliti hanya memfokuskan pada strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dan menggunakan teori *SWOT* dalam melakukan analisisnya. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa informan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kementerian Agama Kota Pekalongan menggunakan strategi komunikasi seperti menentukan sasaran, informasi dan edukasi (seminar, pelatihan serta konsultasi), dan menggunakan website pribadi sebagai sosialisasi dengan menggunakan media. Selain itu, Kementerian Agama Kota Pekalongan juga menggunakan model komunikasi untuk sosialisasi seperti media massa (cetak atau elektronik), dan media sosial. Namun, dari survei secara langsung masih banyak masyarakat Kota Pekalongan belum menyadari pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku UMKM.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, sujud syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Rahmat dan Karunia-Mu telah memberikan kekuatan, membekali dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan Alhamdulillah penyusunan skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan"** dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam tak lupa kami haturkan selalu kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dinanti-nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah Aamiin Allahuma Aamiin. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program studi Srata Satu (S1), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Bapak Dr. H. Hasan Su'aidi, M.S.I selaku Pembimbing skripsi. yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Amat Zuhri, Dr. M.Ag selaku Wali Dosen saya selama belajar di bangku perkuliahan yang sudah memberikan bimbingan serta motivasi.
7. Segenap Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang pernah menyampaikan ilmunya, semoga ilmunya bermanfaat dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah terimakasih atas bantuan dan pelayanannya mengurus urusan bagi mahasiswa hingga selesai perkuliahan.
8. Orang tua dan segenap keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Kepala Kementerian Agama Kota Pekalongan, Satgas Sertifikasi Halal Pelaku UMKM serta Masyarakat Pelaku UMKM di Kota Pekalongan yang telah memberi izin serta membantu penulis untuk melaksanakan penelitian.
10. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penelitian ini penulis mencari suatu penggambaran yang jelas mengenai bagaimana strategi yang diberikan serta bagaimana proses komunikasi dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku bisnis UMKM di Kemeterian Agama Kota Pekalongan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan masukan sebagai bahan untuk melakukan perbaikan ke depan, dan semoga penelitian ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya.

Pekalongan, 19 Desember 2023

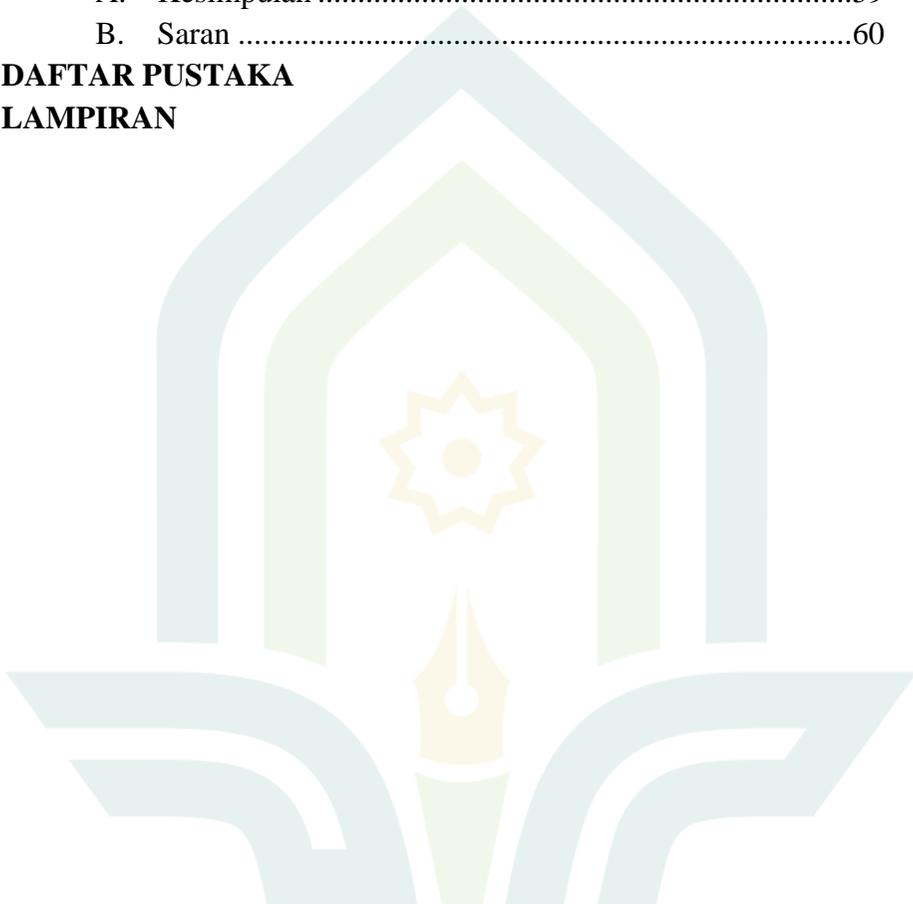
**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Telaah Pustaka .....	4
F. Kajian Teori .....	9
G. Kerangka Berpikir.....	15
H. Metodologi Penelitian .....	17
I. Sistematika Pembahasan .....	22
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>24</b>
A. Strategi Komunikasi.....	24
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	24
2. Tujuan Strategi Komunikasi.....	25
3. Fungsi Strategi Komunikasi .....	25
B. Komunikasi Persuasif .....	26
C. Model Komunikasi.....	28
1. Pengertian Model Komunikasi.....	28
2. Macam-macam Model Komunikasi .....	29
3. Teori Model Komunikasi Laswell.....	30
D. Sertifikasi Halal .....	30
1. Pengertian Sertifikasi Halal.....	30

2. Syarat Membuat Sertifikasi Halal .....	31
E. UMKM.....	32
1. Pengertian UMKM.....	32
2. Peran UMKM.....	33
3. Contoh UMKM .....	34
<b>BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum.....	35
1. Sejarah Kementerian Agama.....	35
2. Letak Geografis Kementerian Agama Kota Pekalongan .....	35
3. Visi dan Misi Kementerian Agama.....	35
4. Tugas dan Fungsi Kementerian Agama .....	36
B. Hasil Penelitian .....	36
1. Strategi Komunikasi Kementerian Agama Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan .....	38
2. Model Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Yang Digunakan Untuk Mendorong Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan.....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN STRATEGI KOMUNIKASI KEMENTERIAN AGAMA KOTA PEKALONGAN DALAM MENDORONG SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU UMKMDI KOTA PEKALONGAN...44</b>	
A. Analisis Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan .....	44
1. Perumusan Strategi.....	45
2. Melakukan Pendekatan .....	45
3. Kredibilitas .....	47
4. Pesan.....	47
5. Proses Berpikir .....	47
6. Sikap.....	48
B. Analisis Model Komunikasi Laswell Kementerian Agama Kota Pekalongan Yang Digunakan Untuk Mendorong Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan .....	51

1. Model Komunikasi Melalui Media Massa (Cetak atau elektronik) .....	54
2. Model Komunikasi Melalui Sosial Media dan Media Online .....	55
3. Model Komunikasi Langsung (Door To Door).....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Nama Pelaku UMKM Kota Pekalongan Yang Sudah Mempunyai Sertifikat Halal.....	37
--	----



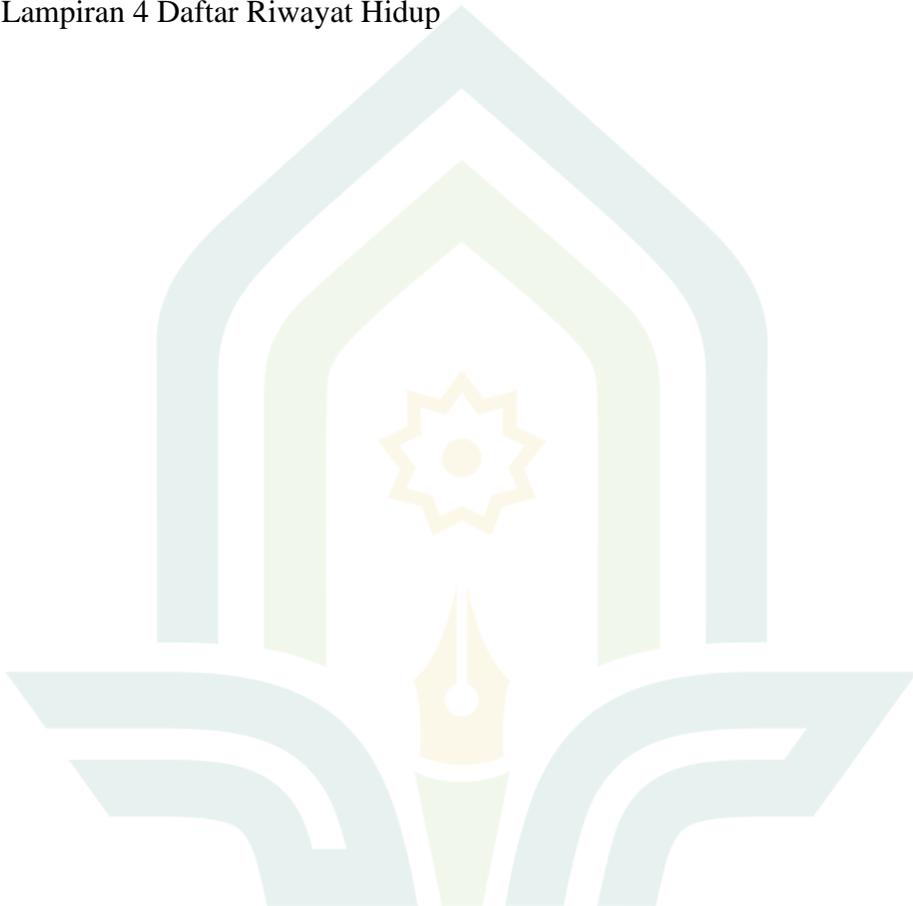
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....	15
Gambar 4.1 Website Berita Berkaitan dengan Sertifikasi Halal UMKM Kota Pekalongan .....	55
Gambar 4.2 Akun Instagram Kementerian Agama Kota Pekalongan..	56
Gambar 4.3 Akun Instagram Disperinaker Kota Pekalongan Yang Bekerja Sama dengan Kementerian Agama Kota Pekalongan.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Fenomena gaya hidup halal di Indonesia dari awal realisasi wisata halal seperti pakaian menutup aurat, berbagai jenis toko syariah dan model hijab, hingga awal memasukkan unsur halal ke dalam area bisnis seperti hotel, travel, wisata halal, kosmetik berlogo halal sampai ke sektor usaha kuliner juga memakai konsep halal. Kementerian Agama Indonesia menargetkan produksi 10 juta produk halal pada 17 Oktober 2024.<sup>1</sup> Hal ini sebagai upaya memposisikan Indonesia sebagai produsen makanan halal terkemuka di dunia. Beberapa daerah di Indonesia sudah mulai mengembangkan cara hidup halal ini. Pemerintah sebagai penulis kebijakan membuat peraturan yang mengatur mengenai halal yaitu UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH).<sup>2</sup>

Tujuan pengurusan Satgas Sertifikasi Halal Kementerian Agama kota Pekalongan 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, jaminan produk halal juga dapat memberikan nilai tambah di mata konsumen. Disamping itu, penyediaan produk halal kepada UMKM membutuhkan dukungan finansial melaksanakan jaminan halal itu sendiri.

Kota Pekalongan sendiri merupakan salah satu kota di Jawa Tengah, mayoritas penduduknya beragama Islam. Di Pekalongan produk halal sudah mulai berkembang sangat pesat. Sementara itu, Kota Pekalongan di Jawa Tengah menempati peringkat kedua terakhir dalam sertifikasi halal. Ada 500 UMKM yang mendaftar, 50 diantaranya dalam proses pengajuan dan 7 yang lain sudah

---

<sup>1</sup> Lion Widjaja, *Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Industri Makanan Halal di Pasar Global* (Skripsi: Universitas Katholik Parahyangan, 2014)

<sup>2</sup> Sayekti, N. W. *Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan*“, (Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 2014) hlm. 193–209

keluar sertifikasi halal. Kementerian Agama Kota Pekalongan dan BPJPH mempertimbangkan untuk mempromosikan program-program terkait gaya hidup halal. Pada awal 2018 lembaga ini mendorong para pemangku kepentingan UMKM makanan di Kota Pekalongan untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi produknya melalui program sertifikasi halal gratis (Sehati) sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.<sup>3</sup>

Kementerian Agama Kota Pekalongan harus melakukan sosialisasi sertifikat halal dengan menjalin komunikasi dengan UMKM makanan untuk mendapatkan sertifikasi halal dari pemerintah. Dengan demikian, komunikasi sangat penting karena berkaitan dengan keinginan manusia untuk menguasai lingkungan.<sup>4</sup> Manusia bisa mengetahui melalui komunikasi untuk menggunakan, melindungi dan menghindari ancaman terhadap lingkungan alam. Selain itu, komunikasi juga merupakan upaya untuk mengubah warisan sosialisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa Kementerian Agama Kota Pekalongan membutuhkan komunikasi untuk mengubah sikap dan perilaku para pengusaha yang ingin mematuhi peraturan pemerintah dalam mengajukan sertifikasi halal bagi usahanya. Menurut pengamatan peneliti di kantor Kementerian Agama Kota Pekalongan, badan pengelola sertifikasi halal, masih banyak UMKM makanan yang belum terdaftar sebagai penerima sertifikasi halal. Bukan perkara mudah dalam membangun komunikasi antara pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama dengan pengusaha UMKM makanan, ada beberapa faktor yaitu salah satunya faktor waktu pekerjaan, terlepas dari perbedaan agama dan budaya. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kota Pekalongan harus menerapkan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

---

<sup>3</sup> <http://jateng.kemenag.go.id> (diakses pada 30/7/2023)

<sup>4</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 151

Strategi pada dasarnya merupakan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan, strategi seharusnya tidak hanya bertindak sebagai peta jalan untuk menunjukkan arah tetapi juga menunjukkan taktik bagaimana beroperasi.<sup>5</sup> Kementerian Agama kota Pekalongan perlu memiliki strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada pelaku usaha makanan dapat diterima dan direspon dengan mempunyai sertifikasi halal.

Sebagai kota yang menerapkan syariat Islam dan mengembangkan potensi wisata halal, sudah selayaknya setiap orang, khususnya para pelaku bisnis makanan, Kementerian Agama kota Pekalongan ikut serta dalam komunikasi untuk mencapai tujuan bersama. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan” dengan melihat strategi komunikasi persuasif sebagai objek penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Maka rumusan masalah pada skripsi ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan?
2. Bagaimana model komunikasi Kementerian Agama yang digunakan untuk mendorong sertifikasi halal pada produk makanan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas dan penelitian yang saya lakukan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan

---

<sup>5</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 299.

2. Untuk mengetahui model komunikasi yang digunakan Kementerian Agama dalam memberikan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh peneliti dari hasil penelitian adalah :

1. Secara Teoritis  
Peneliti berharap hasil penelitian ini akan memberi pembaca wawasan baru dan informasi. Khususnya mereka yang belum tahu tentang sertifikat halal pada produk makanan
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Peneliti  
Penelitian ini akan sangat bermanfaat karena akan mempelajari banyak tentang proses sertifikasi halal makanan atau 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 Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam penanganan sertifikasi halal, khususnya bagi pelaku UMKM makanan.

#### **E. Telaah Pustaka**

Jika produk telah menerima sertifikasi halal dari BPPOM MUI, label halal dapat ditempelkan pada kemasan. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk menjamin kepastian hukum dan melindungi konsumen serta meningkatkan daya saing produk untuk meningkatkan pendapatan.

Hasil kajian pustaka mengungkapkan bahwa telah banyak penelitian yang dilakukan terhadap sertifikasi halal.

1. Skripsi Soraya Ratna Pratiwi, Susane Dida dan Nuryah Asri Sjafirah dalam jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran berjudul “Strategi Komunikasi dalam

Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung” pada tahun 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk menarik segmen pasar baru wisatawan muslim di kota Bandung. Kota Bandung perlu mempersiapkan diri sebelum menarik wisatawan muslim, mereka akan menjadi tujuan wisata halal yang ideal. Produk dan layanan di kota Bandung untuk wisata halal sudah tersedia. Namun, jumlah produk yang memiliki sertifikasi halal tidak sebanding dengan kuantitas dan versi produk yang tersedia. Selain itu, dukungan tambahan dalam bentuk infrastruktur dan sumber daya manusia masih perlu dipertimbangkan, terutama karena belum ada peraturan halal, menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, yang belum memiliki konsep wisata halal.

Penelitian ini menggunakan teori Peter L. Berger dan Thomas Luckman merupakan proses melalui tindakan dan interaksi yang menunjukkan bahwa orang secara terus menerus mengenali realitas tertentu yang mereka bagi dan alami bersama secara subjektif. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitiannya menghasilkan strategi komunikasi untuk mempromosikan Kota Bandung sebagai tujuan wisata halal dengan terlibat dalam jejaring sosial untuk meningkatkan kesadaran di antara SKPD terkait, seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Pusat Pariwisata Halal di Enhaii dan Salman Halal Center (EHTC) menerapkan kesadaran pemangku kepentingan dan juga masyarakat. Diperlukan lebih banyak strategi komunikasi untuk berkomunikasi wisata halal bagi pemangku kepentingan dan juga bagi masyarakat.<sup>6</sup>

Adapun kesamaan peneliti Soraya dengan peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai wisata halal.

---

<sup>6</sup> Soraya dkk, *Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung* (Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran, No. 1, Vol. 6, 2018), hlm. 82-85.

Perbedaan pada tujuan penelitian yaitu untuk memberi tahu masyarakat tentang proses memberikan sertifikasi halal pada makanan dan minuman, khususnya UMKM makanan di Pekalongan.

2. Penelitian Riska Devi dipublikasikan dalam jurnal UIN Ar-Raniry yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Penerapan Sertifikasi Halal Pada Warung Makan Di Banda Aceh” pada tahun 2019.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata dalam mensosialisasikan sertifikasi halal kepada pengusaha warung makan di Banda Aceh dan untuk mengetahui hambatan dinas kebudayaan dan pariwisata dalam mensosialisasikan sertifikasi halal pada warung makan di Banda Aceh. Teori yang digunakan dalam penelitian Riska Devi menggunakan teori Laswell dan menggunakan metode kualitatif.

Permasalahan dalam jurnal ini yaitu dalam penyelenggaraan wisata halal membutuhkan keberadaan sertifikat halal di restoran, akan tetapi faktanya banyak kedai makanan yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal. Oleh karena itu, pemerintah harus berkonsultasi dengan Dinas Budaya dan Wisata untuk menggunakan pendekatan komunikasi yang efektif untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi restoran yang dapat meningkatkan kualitas wisata halal di Kota Banda Aceh.<sup>7</sup>

Penelitian ini sama-sama meneliti kedai makan yang belum mengetahui pentingnya sertifikasi halal. Yang berbeda dari penelitian sebelumnya adalah lokasi penelitian yang mana penelitian Riska Devi berlokasi di Banda Aceh, sementara peneliti berlokasi di Pekalongan.

---

<sup>7</sup> Riska Devi, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Penerapan Sertifikasi Halal Pada Warung Makan di Banda Aceh* (Jurnal UIN Ar-Raniry, tahun 2019), hlm. 41-44.

3. Warto, Samsuri “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia” dalam jurnal *Al Maal Ekonomi dan Perbankan Islam* tahun 2020

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk menyelidiki dampak sertifikasi halal pada perusahaan produk halal di Indonesia. Produk halal telah menjadi tren global yang ditandai dengan hadirnya lembaga sertifikasi halal di berbagai belahan dunia. Penelitian ini meliputi beberapa jenis penelitian lapangan dan kepustakaan. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan postpositivisme atau filsafat interpretative.<sup>8</sup>

Hasil dari penelitian ini adalah menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia bukanlah hal yang mustahil, meski Indonesia mempunyai peluang yang sangat tinggi untuk mendapatkannya, yakni melalui perangkat sertifikasi halal yang didukung oleh UU JPH. Perlu dikembangkan potensi bisnis halal di Indonesia beberapa strategi untuk mempercepat optimasi diantaranya peran maksimal dan campur tangan pemerintah. UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) harus menjadi alat untuk merencanakan perubahan, sumber daya manusia dan industri halal berkembang pesat dan melakukan sertifikasi halal sebagai bagian dari pelayanan prima.

Penelitian Warto dan penelitian peneliti sama-sama membahas sertifikasi halal untuk bisnis produk halal, tetapi penelitian Warto berfokus pada dampak sertifikasi halal bagi bisnis produk halal di Indonesia dan peneliti membahas strategi komunikasi MUI dalam membangun awareness sertifikasi halal di Pekalongan.

4. Penelitian yang ditulis oleh Adli Febrian yang berjudul “Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal pada Usaha Rumah

---

<sup>8</sup> Warto dkk, *Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia*, (*Jurnal Al Maal Ekonomi dan Perbankan Islam*, No. 1, Vol. 2, 2020), hlm 102.

Makan di Kota Bengkulu (Studi Rumah Makan Uda Denai di Pagar Dewa)” dalam jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi pengelola restoran Pagar Dewa dan perusahaan lainnya gambaran tentang manfaat sertifikasi halal bagi masyarakat. Penelitian ini mengkaji tentang pentingnya sertifikasi halal pada usaha rumah makan Pagar Dewa bagi konsumen dan faktor-faktor yang menghambat perusahaan restoran untuk mengeluarkan sertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif.

Hasil dari skripsi Adli Febrian ialah konsumen rumah makan Uda Denai mengatakan sertifikat halal penting karena kita bisa mengetahui dan menjamin sertifikat halal produk. Dan sebagian konsumen rumah makan Uda Denai menganggap sertifikat halal tidak penting, karena mereka memang tidak peduli dengan sertifikat halal, sebab sudah lama mengetahui dan yakin bahwa rumah makan tersebut memproduksi makanan halal. Hambatan pemilik restoran Uda Denai untuk membuat atau mendapatkan sertifikat halal karena tidak mengerti bagaimana melakukannya.<sup>9</sup>

Persamaan penelitian Adli Febrian dengan peneliti adalah pentingnya memegang peranan sertifikasi halal pada pengelola usaha restoran, sementara perbedaannya peneliti memfokuskan pada UMKM makanan di Pekalongan.

5. Skripsi yang ditulis oleh Andi Adhlu Mattupuang berjudul “Peran Sertifikat Halal Pada Usaha Rumah Makan Di Kota Makassar” dalam jurnal UIN Alauddin Makassar tahun 2018.

Tujuan dari penelitian Andi Adhlu yaitu pentingnya sertifikat halal pada usaha rumah makan dan peran sertifikat halal pada usaha rumah makan. Penelitian ini menggunakan

---

<sup>9</sup> Andli Febrian, *Analisis Pemanaham Sertifikasi Halal Pada Usaha Rumah Makan Di Kota Bengkulu (Studi Rumah Makan Uda Denai Di Pagar Dewa)*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, 2021), hlm. 25.

metode deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian Andi Adhlu menunjukkan bahwa sertifikais halal sangat penting dalam industry restoran, terbukti dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Andi Adhlu industri restoran di Ulu Juku dan peran sertifikasi halal restoran Ulu Juku dalam meningkatkan *customer base* sangatlah penting.<sup>10</sup>

Dalam studi ini, kesamaan dikaitkan dengan pentingnya sertifikasi halal pada usaha rumah makan, sedangkan perbedaan peneliti berfokus pada sertifikasi halal bisnis UMKM .

## **F. Kajian Teori**

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan penulis akan memberikan penjelasan konseptual dan teori mana yang sebaiknya digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan

### **1. Strategi Komunikasi**

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. Hambatan komunikasi meliputi hambatan fisik, hambatan psikologis, hambatan organisasi hambatan bahasa, dll. 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.

Salah satu penelitian strategi komunikasi berkaitan dengan eksternal antara organisasi dengan pemangku

---

<sup>10</sup> Andi Adhlu, *Peran Sertifikasi Halal Pada Usaha Rumah Makan Di Kota Makassar (Studi Kasus Rumah Makan Ulu Juku)*, (Jurnal UIN Alauddin Makassar, 2018), hlm 42.

kepentingan terkait seperti konsumen, lembaga terkait dan masyarakat umum. Strategi komunikasi ini berfungsi sebagai jembatan antara organisasi dengan pemangku kepentingannya atau sebagai penyangga bagi organisasi untuk mempertahankan kedudukan dan reputasi lembaga. Media komunikasi juga bermacam-macam, antara lain surat kabar, media massa dan media sosial. Strategi komunikasi juga berfungsi sebagai jembatan antara organisasi dan pemangku kepentingan eksternal.

## 2. Macam-macam Strategi Komunikasi

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

### a. *Redundancy* atau *Repetition*

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.

### b. *Canalizing*

*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

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

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. Teknik informasi ini bertujuan untuk lebih memanfaatkan pikiran masyarakat dan diterapkan dalam bentuk pernyataan-pernyataan baik berupa informasi, pengetahuan, berita dan lain sebagainya.

e. Edukatif

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.

f. Koersif

Koersif ini biasanya berbentuk perintah, peraturan dan intimidasi. Biasanya ada banyak kekuatan di belakangnya untuk kelancaran implementasi.<sup>11</sup>

### 3. Langkah-langkah 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 komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut:

a. Mengenal khalayak

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,

---

<sup>11</sup> Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: CV. Armico, 1994), hlm. 25

komunikator harus memahami dan pola pikir dan pengalaman di lapangan (*field of experience*) secara tepat dan menyeluruh.

b. Menentukan tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain:

- 1) Memberikan informasi adalah pertukaran komunikasi. Masyarakat cenderung berpikir lebih baik atau memiliki akses terhadap informasi yang mereka butuhkan, dan ini adalah bagian dari kepercayaan dan keamanan.
- 2) Menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain dalam mencapai tujuan.
- 3) Memecahkan masalah atau mengambil keputusan. Semakin tinggi jabatan atau status, maka semakin penting untuk mencari keahlian teknis dari orang lain. Sehingga komunikasi untuk menyediakan data menjadi hal yang penting dalam penyelesaian masalah dan pengambilan keputusan.
- 4) Mengevaluasi perilaku secara efektif yaitu suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima pesenan.

c. Menyusun pesan

Model pilihan strategi mengkaji bagaimana komunikator memilih di antara strategi pesan yang berbeda untuk mencapai suatu tujuan. Proses ini kemudian menjadi tahap penentuan strategi komunikasi dengan mengumpulkan pesan-pesan.

d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Pemilihan media memegang peranan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikasi melalui media massa, khususnya komunikasi massa, mempunyai empat ciri utama, yaitu bersifat tidak langsung, artinya harus melalui sarana teknis. Bersifat

satu arah, yaitu tidak ada reaksi di antara para peserta komunikasi. Bersifat terbuka, artinya ditampilkan kepada khalayak terbatas dan anonim serta memiliki khalayak geografis.

#### 4. 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.<sup>12</sup>

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.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١﴾

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah : 168)”<sup>13</sup>

Konsep halal dan haram tidak hanya mengacu pada makanan dan minuman, tetapi juga pada cara pengolahannya.

<sup>12</sup> Direktur LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Jakarta, 2008), hlm. 42.

<sup>13</sup> Direktur LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Jakarta, 2008), hlm. 42.

Ada perbuatan yang diperbolehkan dan perbuatan yang dilarang.

## **5. Sertifikat Halal**

Sertifikat halal ini diterbitkan oleh LPPOM di bawah naungan Majelis Ulama Indonesia. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk dan merupakan hasil konsultasi dengan KPPU. Fatwa MUI ini dibuat berdasarkan proses review yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Keputusan hukum Islam yang dibuat oleh komisi fatwa mengenai status hukum kasus tertentu disebut fatwa. Untuk mencatumkan label halal pada barang yang dikemas, perusahaan makanan harus memiliki sertifikat halal ini. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama dan BPJPH bertanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang mereka produksi halal, dan sertifikat yang kadaluarsa tidak dapat ditransfer atau digunakan.<sup>14</sup> Sertifikasi halal pada produk makanan, obat-obatan dan kosmetik bertujuan untuk memastikan kehalalan produk sehingga pengguna dapat merasa nyaman.

## **6. Teori Analisis S-W-O-T**

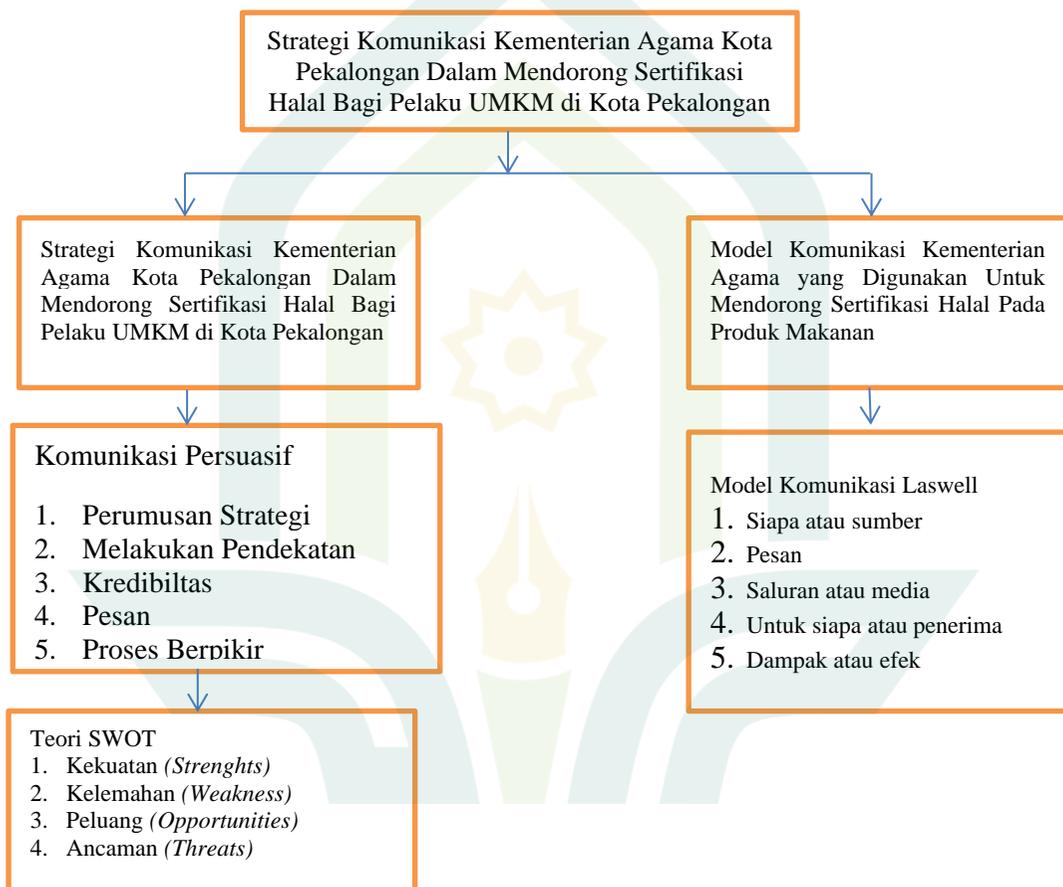
Analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategi yang membantu menilai kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek. Menurut Ferrel dan Harline yang dikutip oleh Jogiant, fungsi analisis SWOT untuk mengekstraksi informasi dari analisis situasional dan memisahkannya menjadi masalah internal (kekuatan dan kelemahan) dan masalah eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk menjelaskan apakah informasi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dapat mencapai tujuannya atau apakah ada hambatan yang perlu

---

<sup>14</sup> Direktur LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Jakarta, 2008), hlm. 10

diatasi atau diminimalkan untuk mencapai pendapatan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dalam beberapa cara untuk meningkatkan analisis dalam upaya pembuatan strategi. Secara umum, ini sering digunakan sebagai kerangka atau panduan sistematis ketika membahas alternatif dasar yang dapat dipertimbangkan perusahaan.<sup>15</sup>

## G. Kerangka Berpikir



<sup>15</sup> Jogiyanto, *Sitem Informasi Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 65

## Deskripsi:

Menjelaskan strategi komunikasi Kementerian Agama dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Pada bagian ini akan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi Kementerian Agama kota Pekalongan dalam mendorong sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Penelitian ini peneliti menggunakan komunikasi persuasif, komunikasi persuasif merupakan kegiatan yang memiliki tujuan yang jelas dan harus dapat dicapai. Oleh karena itu, setiap kegiatan persuasif perlu dilandasi oleh strategi tertentu demi keberhasilannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sebagai pertimbangan penentuan strategi yang akan diterapkan, perlu diperhatikan beberapa hal yang menyangkut.<sup>16</sup> Pada strategi komunikasi persuasif ini peneliti menggunakan perumusan strategi, melakukan pendekatan, kredibilitas, pesan, proses berpikir dan sikap untuk memperlancar strateginya.

Pada bagian ini, peneliti menggunakan teori *SWOT*. Analisis *SWOT* merupakan penentuan berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Teori ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan keunggulan, dan kesempatan namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan risiko. Dengan menggunakan teori *SWOT* ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh gabungan faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam teori *SWOT*.<sup>17</sup> Proses pengambilan keputusan strategi selalu terkait dengan pengembangan visi, tujuan serta kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencana strategi harus menganalisis<sup>18</sup> strategi perusahaan (kekuatan, kekurangan, peluang dan ancaman) dalam situasi saat ini.

Dan pembahasan terakhir pada kerangka berpikir yaitu membahas model komunikasi apa saja yang digunakan Kementerian Agama kota Pekalongan dalam memberikan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Pekalongan. Dalam buku

---

<sup>16</sup> Soemirat, Soleh, *Komunikasi Persuasif* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2012), hlm. 26.

<sup>17</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 18-19.

<sup>18</sup> Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), hlm. 173.

ilmu komunikasi menurut Profesor Deddy Mulyana, menunjukkan bahwa kita perlu menggunakan model komunikasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena komunikasi. Model adalah representasi dari suatu fenomena nyata atau abstrak, yang menekankan pada elemen terpenting dari fenomena tersebut. Model bukanlah suatu fenomena, tetapi hanya membantu mempermudah pemahaman terhadap fenomena dalam komunikasi.<sup>19</sup> Sederhananya, model komunikasi sendiri adalah gambaran proses komunikasi yang menunjukkan bagaimana satu elemen komunikasi berhubungan dengan elemen lainnya.<sup>20</sup> Model komunikasi Laswell yang merupakan ekspresi verbal yaitu *who* (siapa), *say what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom, with what channel* (efek atau dampak). Model yang dikemukakan oleh Harold Laswell pada tahun 1948 ini menggambarkan proses komunikasi dan fungsinya dalam masyarakat merupakan model komunikasi tertua yang masih digunakan oleh masyarakat untuk beberapa tujuan.<sup>21</sup>

## H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian skripsi ini adalah :

### 1. Paradigma Penelitian

Paradigma pada penelitian ini yaitu Konstruktivisme.<sup>22</sup> Paradigma ini melihat bahasa tidak lagi hanya sebagai alat untuk memahami realitas objektif dan terpisah dari subjek. Pandangan fenomenologi sangat memengaruhi paradigma ini. Dari sudut pandang interpretivisme, paradigma konstruktivisme terdiri dari tiga kategori : interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutic. Singkatnya, paradigma konstruktivisme adalah perspektif yang mengakui bahwa kebenaran realitas sosial bersifat relative dan dilihat sebagai hasil dari konstruksi realitas sosial itu sendiri.

### 2. Pendekatan dan Sifat Penelitian

---

<sup>19</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007), hlm. 150.

<sup>20</sup> Muhammad Arnis, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 5.

<sup>21</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007), hlm. 136.

<sup>22</sup> Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, Cet. Ke-1, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 66.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sebaliknya menurut Kirk Miller yang dikutip oleh Mochadjir, penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada subjek tertentu yang perlu dipelajari dengan tetap mempertimbangkan keadaan dunia nyata dan potensi hasil.<sup>23</sup> Mengamati keadaan sesuai realita di lapangan sebagaimana penelitian kualitatif. Selain itu, penelitian kualitatif harus menganut dan bersifat deskriptif atau harus bersifat mendalam.

### **3. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis *field research* atau penelitian lapangan yang berarti mewawancarai narasumber secara langsung di lapangan.<sup>24</sup> Ini adalah proses metodis yang berlangsung langkah demi langkah saat menganalisis data. Analisis berdasarkan data ditulis dalam bentuk kata dan tidak berdasarkan angka.

### **4. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini menggunakan waktu untuk melakukan penelitian selama tiga bulan, dimulai pada bulan september dan berakhir pada bulan November. Lokasi penelitian yang peneliti gunakan terletak di Kantor Kementerian Agama Kota Pekalongan dan Rumah seorang pemilik usaha UMKM di Kota Pekalongan.

### **5. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah sertifikat halal bagi UMKM di Kota Pekalongan. Untuk subjek pada penelitian ini adalah Ibu Miskiyah selaku satgas sertifikat halal Kementerian Agama Kota Pekalongan, Ibu Nina Oktaviani selaku pendamping produk halal (PPH) dan Ibu Badriyah selaku pelaku bisnis UMKM yang belum memiliki sertifikat halal.

---

<sup>23</sup> Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Cetakan 2, (Malang: Intrans Publishing, 2016), hlm 35.

<sup>24</sup> Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Cetakan 2, (Malang: Intrans Publishing, 2016), hlm. 18

## 6. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel penelitian ini bervariasi dan diambil dengan berbagai cara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini penelitian kualitatif yang dilakukan dengan penelusuran informasi. Oleh karena, *purposive sampling* ini memerlukan penilaian informan agar peneliti mendapatkan informasi yang cukup.<sup>25</sup> Untuk pengambilan sampelnya diambil dari beberapa informan yaitu Satgas Sertifikat Halal UMKM Kementerian Agama Kota Pekalongan, Kepala Kementerian Agama Kota Pekalongan, Pendamping Produk Halal (PPH) dan Pelaku bisnis UMKM di Kota Pekalongan yang belum memiliki sertifikat halal.

## 7. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk data yang digunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder

### a. Data primer

Pada sumber data primer merupakan informasi yang diterima secara langsung oleh peneliti yang menggunakan alat ukur sebagai data yang akan dicari atau mengumpulkan data langsung dari subjek. Data yang diambil dengan menggunakan teknik wawancara. Wawancara ini akan dilakukan kepada beberapa informan yaitu:

- 1) Kepala Kementerian Agama Kota Pekalongan  
Bapak Drs. H. Masrukhin adalah Manajer Kementerian Agama Kota Pekalongan, berusia 45 tahun.
- 2) Satgas Sertifikat Halal UMKM Kota Pekalongan  
Pemangku perkumpulan bisnis UMKM dan sekaligus satgas sertifikat halal UMKM di Kota Pekalongan yaitu Ibu Miskiyah S.Ag yang berusia 40 tahun.
- 3) Pendamping Proses Produk Halal (PPH)  
Ibu Nina Oktiani merupakan pendamping proses produk halal dan sekaligus staff Kementerian

---

<sup>25</sup> Zahara Tussoleha Rony, *Siap Fokus, Siap Menulis, Skripsi, Tesis Disertasi : Jurus Mudah Gunakan Metode Kualitatif Tipe Studi Kasus*, Cet. Ke- I (Jakarta : Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017), hlm. 89-90

Agama Kota Pekalongan yang berusia 35 tahun dan beralamat Perumahan Binagriya Indah.

- 4) Pelaku bisnis UMKM yang sudah memiliki sertifikat halal.

Ibu Badriyah dan Ibu Firoh yang beralamat di Poncol gg. Gumuk Kota Pekalongan.

- 5) Pelaku bisnis UMKM yang belum memiliki sertifikat halal

Ibu Charisa berusia 30 tahun yang beralamat di Perumahan Gama Permai.

#### **b. Data sekunder**

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diterima peneliti dari subjek penelitian secara tidak langsung dari pihak lain. Data sekunder biasanya berupa data dokumentasi atau laporan. Sumber data yang digunakan termasuk buku sertifikat halal, majalah, jurnal dan surat kabar, antara sumber lain yang relevan dengan topic skripsi ini.

### **8. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara pengumpulan data yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Beberapa teknik pengumpulan data antara lain :

#### **a. Observasi**

Observasi merupakan pengumpulan data yang kompleks yang mempertimbangkan beberapa faktor selama pelaksanaan dengan melalui pengamatan

#### **b. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka beserta tanya jawab langsung antara peneliti dan marasumber.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan foto-foto kegiatan selama penelitian.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Rijali Ahmad, *Analisis Data Kualitatif*, (Jurnal UIN Antasari Banjarmasin, No, 33, Vol 17, 2018), hlm. 83.

## 9. Analisis Data

Analisis data merupakan proses menggunakan seluruh data yang diperoleh selama proses analisis, data-data yang akan diperoleh berasal dari wawancara, dokumentasi, suara rekaman dan sumber pendukung lainnya sehingga membuahkan hasil yang valid.<sup>27</sup>

Adapun metode analisis datanya sendiri menggunakan pendekatan kualitatif. *Miles & Huberman* mengatakan analisis terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi, penyajian data dan menarik kesimpulan atau verifikasi.<sup>28</sup>

### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses yang memusatkan perhatian pada pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Proses ini berlanjut sepanjang penelitian, bahkan sebelum data benar-benar dikumpulkan, terbukti dengan kerangka konseptual penelitian, pertanyaan penelitian dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Maka data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan analisis data. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

Proses mereduksi data pada penelitian ini yaitu mengelompokkan data berdasarkan coding pertanyaan, meringkas sesuai dengan alur jawaban dari informan, mengkode memberikan kode setiap hasil wawancara, kemudian menelusuri tema berdasarkan teori, melakukan seleksi data yang sudah terkumpul dari hasil wawancara.<sup>29</sup>

Kegiatan dalam penelitian ini memfokuskan strategi komunikasi Kementerian Agama Kota

---

<sup>27</sup> Binar Academy, *Teknik Analisis Data: Pengertian dan Jenis yang Wajib Diketahui*, Diakses pada tanggal 26/06/2023 jam 16.00

<sup>28</sup> Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992) hlm. 16

<sup>29</sup> Zahara Tussoleha Rony, *Siap Fiokus, Siap Menulis, Skripsi, Tesis, Disertasi...*, Cetakan 1 (Jakarta : Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017), hlm. 90.

Pekalongan dalam mendorong sertifikat halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan.

**b. Penyajian Data**

Penyajian data merupakan kegiatan mengumpulkan informasi kemudian disusun, sehingga akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan.

Proses penyajian data ini akan menguraikan strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikat halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan dan model komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan yang digunakan untuk mendorong sertifikasi halal pada produk makanan.

**c. Menarik Kesimpulan**

Merupakan tahapan terakhir, pada tahapan ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan hasil dari data yang sudah terkumpul. Pada tahapan ini akan mengambil kesimpulan dari strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong sertifikat halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan dan model komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan yang digunakan untuk mendorong sertifikasi halal pada produk makanan. Pada penarikan kesimpulan akan dilakukan setelah dari lapangan.<sup>30</sup>

**I. Sistematika Pembahasan**

Dalam karya tulis ilmiah biasanya disusun dalam lima bab pembahasan untuk menyarankan sistematika pemikiran, sedangkan struktur sistematika pembahasan ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan : Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian relevan, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori : Bab ini menjelaskan teori-teori dalam skripsi ini yang berkaitan dengan strategi komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam mendorong

---

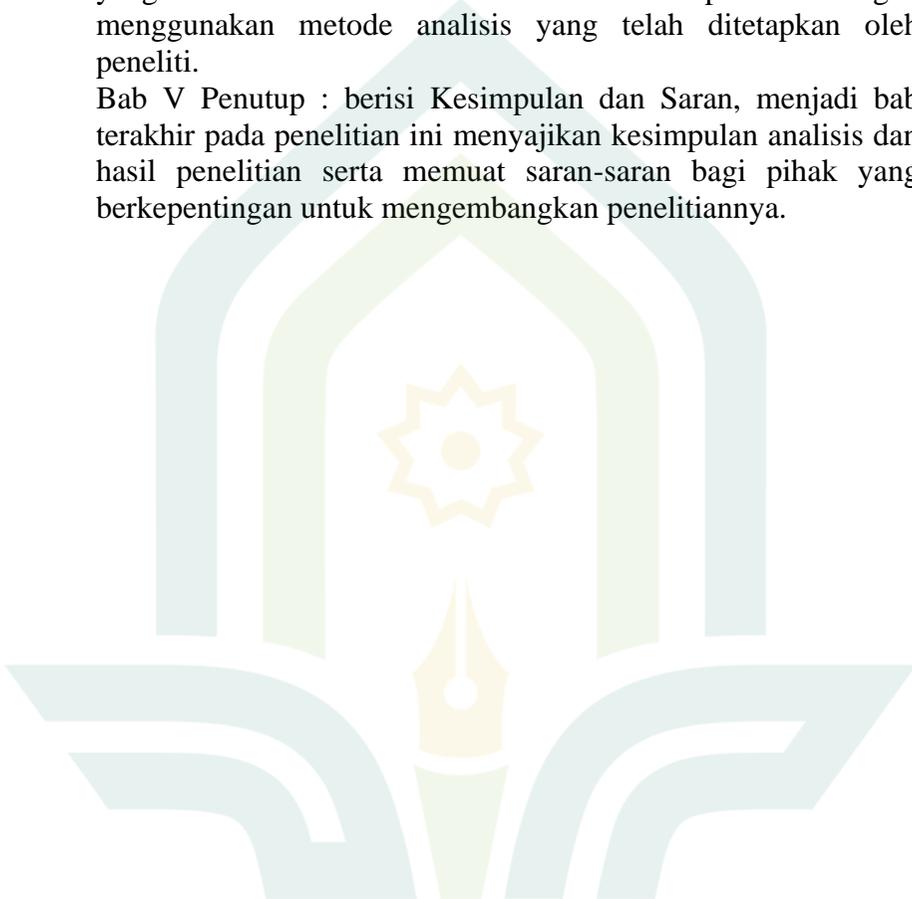
<sup>30</sup> Zahara Tussoleha Rony, *Siap Fiokus, Siap Menulis, Skripsi, Tesis, Disertasi...*, Cetakan 1 (Jakarta : Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017), hlm. 90.

sertifikat halal bagi pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Yaitu berupa teori komunikasi persuasif.

Bab III Gambaran Umum : Bab ini berisi menjelaskan mengenai gambaran umum atau profil dari Kemneterian Agama Kota Pekalongan meliputi sejarah, visi dan misi tugas dan fungsi dan hasil wawancara.

Bab IV Analisis dan Pembahasan : Pada Bab ini membahas data yang telah diteliti dan dianalisis oleh penulis dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Bab V Penutup : berisi Kesimpulan dan Saran, menjadi bab terakhir pada penelitian ini menyajikan kesimpulan analisis dan hasil penelitian serta memuat saran-saran bagi pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitiannya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari uraian yang telah dijabarkan, peneliti mencoba untuk menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Kementerian Agama Kota Pekalongan Dalam Mendorong Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM di Kota Pekalongan yaitu melalui kegiatan Perumusan Strategi, Melakukan Pendekatan, Kredibilitas, Pesan, Proses Berpikir dan Konsep Sikap. Langkah awal yang dilakukan adalah merumuskan permasalahan dengan mengumpulkan dan menganalisis data, selanjutnya melakukan pendekatan terhadap pelaku bisnis UMKM yaitu pendekatan yang bersifat hubungan antara persuader dengan sasarannya dan pendekatan psikososial. Dalam hal ini juga Kementerian Agama Kota Pekalongan juga mengandalkan kredibilitas yang didapat dari kesehariannya yang baik bagi pelaku bisnis UMKM. Dan akhirnya, Kementerian Agama Kota Pekalongan dapat membuat pesan yang bisa mempengaruhi proses berpikir pelaku bisnis UMKM sehingga dapat mengubah atau menciptakan sikap karyawan sesuai dengan yang diinginkan Kementerian Agama Kota Pekalongan.
2. Kementerian Agama Kota Pekalongan telah menggunakan model komunikasi yang tepat dalam menjangkau khalayak luas, sesuai dengan pilihan media komunikasi dan pesan yang disampaikan. Umumnya pola atau model komunikasi seperti disebut komunikasi massa, yaitu suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan secara terus menerus menciptakan makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Media komunikasi yang dipilih Kementerian Agama Kota Pekalongan dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal, mencakup : (1) media cetak seperti:

surat kabar, majalah, dan artikel, (2) media elektronik seperti : televisi dan radio, (3) media sosial seperti : instagram, (4) serta secara langsung (*door to door*)

## **B. Saran**

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kementerian Agama Kota Pekalongan diharapkan untuk bersosialisasi dengan baik dan mengembangkan cara sosialisasi yang lebih kreatif.
2. Untuk mendorong masyarakat untuk mengurus atau mendapatkan sertifikasi halal, Kementerian Agama Kota Pekalongan dapat bekerja sama dengan lebih banyak lembaga dan lebih mempunyai banyak waktu agar sosialisasi berjalan dengan maksimal.
3. Sebagai hasil dari penelitian awal ini, peneliti akan lebih lanjut dan dapat menyelidiki masalah komunikasi di Kementerian Agama Kota Pekalongan.
4. Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, jadi mungkin diperbaiki dalam penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adhlu, Andi, *Peran Sertifikasi Halal Pada Usaha Rumah Makan Di Kota Makassar (Studi Kasus Rumah Makan Ulu Juku)*, (jurnal UIN Alauddin Makassar, tahun 2018), hlm 42.
- Ahmad, Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, (Jurnal UIN Antasari Banjarmasin, No, 33, Vol 7, 2018), hlm.83
- Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 84.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1998), hlm. 63.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1998), hlm. 65.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers ,2013), hlm. 67.
- Diretur LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI* (Jakarta, 2008), hlm. 42.
- Devi, Riska, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Penerapan Sertifikasi Halal Pada Warung Makan di Banda Aceh Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*. Banda Aceh, hlm. 41-44.
- Desy Sylvia Indra Visnu dan MC Ninik Sri Rezeki, *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2014), hlm. 3-4.
- Febrian, Adli, *Analisis Pemanaham Sertifikasi Halal Pada Usaha Rumah Makan Di Kota Bengkulu (Studi Rumah Makan Uda Denai Di Pagar Dewa)*, (jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, tahun 2021), hlm. 25.

<https://jateng.kemenag.go.id/berita/kemenag-dorong-pelaku-umkm-miliki-sertifikat-produk-halal/> (diakses 25 September 2023)

<https://kemenag.go.id/nasional/ada-1-juta-kuota-sertifikasi-halal-gratis-2023-ini-syarat-dan-alur-daftarnya-gm23w2> (diakses pada 5/9/2023)

<https://kemenag.go.id/artikel/sejarah> (diakses pada 18/9/2023)

<https://kemenag.go.id/artikel/visi-dan-misi-kementerian-agama> (diakses pada 18/9/2023)

<https://kemenag.go.id/artikel/tugas-dan-fungsi> (diakses pada 18/9/2023)

Jogiyanto, *Sitem Informasi Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 65

Kurniawan, Dani, Komunikasi Model Laswell dan Stimulus, Organisme, Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan (Jurnal Komunikasi Pendidikan, Vol.2, No, 1, 2018), hlm. 62-63.

Laswell, Harold *The Structure and Function of Communication* (Jakarta: Salemba Humanika, 1948), hlm. 25.

Laswell, Harold *The Structure and Function of Communication* (Jakarta: Salemba Humanika, 1948), hlm. 27.

Liliweri, Alo, *Komunikasi Serba Ada MaknaI*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 35

Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992) hlm. 16.

Muhammad, Ari, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 182.

Muhammad, Arni, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm.5.

Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin, *Halal dan Haram Menurut Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 1998), hlm. 32

- Muhammad Yusuf Qardhawi , 1993, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta: PT Bina Ilmu), hlm. 10
- Mukhzarudfa & Kusumastuti, *Praktik Akuntansi Keuangan Usaha Perajin Batik di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi* (Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 2019), hlm. 239-248.
- Mulyana, Deddy *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 4
- Mulyana, Deddy *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 136
- Mulyana, Deddy *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 150
- Muqadimah Pedoman Dasar Majelis Ulama Indonesia [www.majelisulama.com](http://www.majelisulama.com) (diakses pada tanggal 6/9/2023)
- Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 10.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 28.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), hlm.30.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 301
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 302.
- Pujileksono Dr. Sugeng, 2016, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Malang: Kelompok Intrans Publishing), hlm 16
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 18-19
- Rangkury, Freddy *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Cet. 15, 2008), hlm. 19.

- Rezfi Dessy, *Pelaksanaan Sertifikasi Halal Terhadap Restoran Dan Rumah Makan Dikaitkan Dengan Perlindungan Konsumen (Studi Di Kota Padang Panjang)*, Skripsi Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang, 2017, (jurnal UIN Antasari Banjarmasin, No 33, Vol 7, 2018)
- Sayekti, N. W, *Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan*, (Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 5 No. 2, 2014), hlm. 193–209.
- Suryadi, Edi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global* (Bandung: Rosda, 2018), hlm. 4-6.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 252.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2017), hal 16.
- Soraya dkk, “*Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung*” (Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjadjaran, No. 1, Vol. 6. 2018) hlm. 82-85.
- Sutrisno, Edy, *Budaya Organisasi* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 48
- Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2016), hlm. 22.
- Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2016), hlm. 142.
- Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2016), hlm. 191.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Wawancara Kepala Kementerian Agama, Drs. H. Masrukhin (14/08/2023)
- Wawancara Satgas Sertifikasi Halal Kementerian Agama Kota Pekalongan, Miskiyah S.Ag (11/9/2023)

Widjaja, H.A.W, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 8..

Widjaja, Liony, *Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Industri Makanan Halal di Pasar Global* (Skripsi: Universitas Katholik Parahyangan, 2014)

Wiralestari, dkk, *Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dengan Menggunakan Full Costing sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pempek pada UMKM Pempek Masayu*( (Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 2018), hlm. 46-52.

Wonneberger,A., dan Jacobs,S. Mass Media Orientation and External Communication Strategies: Exploring Organisational Differences, *International Journal of Strategic Communication*, 2016

Zahara Tussoleha Rony, *Siap Fokus, Siap Menulis, Skripsi, Tesis Disertasi : Jurus Mudah Gunakan Metode Kualitatif Tipe Studi Kasus*, Cetakan I (Jakarta : Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017), hlm. 89-90



## Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. DATA PRIBADI

Nama lengkap : Ade Fitri  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 16 Desember 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : JL. Asri 325 Binagriya Indah  
Pekalongan

#### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN Medono 08 Pekalongan	2007 - 2013
SMPN 14 Pekalongan	2013 - 2016
SMA Muhammadiyah 1 Pekajangan	2016 – 2019
UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan	2019 - sekarang

Pekalongan, 20 Desember 2023

**Penulis**