

**MODEL KOMUNIKASI DALAM PENDAMPINGAN PROSES  
PRODUK HALAL UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
untuk Memenuhi Salah Satu Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos)

Oleh :

**ATIN PRIHATIN**

**NIM : 1917102045**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinpsu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

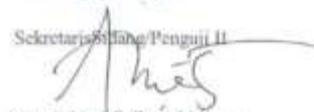
MODEL KOMUNIKASI DALAM PENDAMPINGAN PROSES PRODUK HALAL UIN PROF. K.H.  
SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

Yang disusun oleh **ATIN PRIHATIN** NIM. 1917102045 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 18 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

  
Iurchanun, M.S.I  
NIP. 198702022019031011

Sekretaris Sidang/Penguji II

  
Anas Azhami Qalban, M.Kom  
NIP.-

Penguji Utama

  
Dr. Aries Saefullah, M.A  
NIP. 197901252005011001

Mengesahkan,

  
24.04.2024  
Rekan,  
Dr. Muskinul Fuad, M.Ag  
NIP. 197412262000031001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atin Prihatin

NIM : 1917102045

Jenjang : S-1

Program Studi : Komunikasi Penyiaran dan Islam (KPI)

Fakultas : Dakwah

Judul Skripsi : Model Komunikasi Dalam Pendampingan Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan dengan ini bahwa naskah skripsi ini adalah hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan dari karya orang lain. Serta jika terdapat kutipan dalam skripsi ini, saya telah menulis sumber yang didapat dengan footnote dan daftar pustaka.

Purwokerto, 24 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Atin Prihatin

1917102045

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melaksanakan bimbingan, koreksi dan perbaikan-perbaikan terhadap penulisan naskah dari mahasiswa :

Nama : Atin Prihatin

NIM : 1917102045

Jenjang : S-1

Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi Penyiaran Islam

Judul : Model Komunikasi Dalam Pendampingan Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam sidang munaqosyah.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 21 Maret 2024

Pembimbing

  
**Turhamun, M.S.I.**

NIP. 198702022019031011

# **MODEL KOMUNIKASI DALAM PENDAMPINGAN PROSES PRODUK HALAL UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

**Atin Prihatin**

**NIM. 1917102045**

E-mail: [atinprihatin719@gmail.com](mailto:atinprihatin719@gmail.com)

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

## **ABSTRAK**

Sertifikasi halal yang dilakukan kampus UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah melaksanakan tugasnya yang termasuk kedalam tri dharma perguruan tinggi mengenai “mengayomi masyarakat”. Sehingga menjadi pusat kajian dan pengembangan atau yang biasa disebut dengan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Halal center memfasilitasi pendamping proses produk halal dalam melakukan sertifikasi halal.

Penelitian ini bertujuan menganalisis . model komunikasi dalam pendampingan proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Metode yang dipergunakan di penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian fenomenologi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, serta dokumentasi. Teori yang digunakan ialah model komunikasi yang dirumuskan oleh David Kenneth Berlo.

Hasil penelitian dari model komunikasi dalam pendampingan proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah menggunakan model komunikasi SMCR Berlo yang mencakup empat elemen yaitu source (pengirim pesan), message (pesan), channel (media), receiver (penerima pesan). Pengirim pesan pada penelitian ini adalah halal center dan pendamping proses produk halal, pesan dalam penelitian ini tentang sosialisasi sertifikasi halal, pelatihan sertifikasi halal, pendampingan pada proses sertifikasi halal, channel pada penelitian ini yaitu akun ig @saizu.halalcenter dan grup whatsappnya yaitu pendamping HC Saizu dan websitenya yaitu s.id/saizu-halalcenter, penerima pesan adalah pemilik usaha dan pendamping proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

**Kata Kunci : Komunikasi, Model Komunikasi, Sertifikasi Halal, dan Pendamping Proses Produk Halal**

# COMMUNICATION MODEL IN ASSISTING THE HALAL PRODUCT PROCESS UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

Atin Prihatin

NIM. 1917102045

E-mail: [atinprihatin719@gmail.com](mailto:atinprihatin719@gmail.com)

Islamic Broadcasting Communication Study Program

State Islamic University Professor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

## ABSTRACT

Halal certification carried out by the UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto campus has carried out its duties which are included in the tri dharma of higher education regarding "protecting the community". So that it becomes a center for study and development or commonly referred to as the Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Halal center facilitates halal product process assistants in conducting halal certification.

This study aims to analyze the communication model in assisting the halal product process of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. The method used in this research uses qualitative methods and this type of research uses phenomenological research. This type of research is field research using data collection techniques of observation, interviews, and documentation. The theory used is the communication model formulated by David Kenneth Berlo.

The research results of the communication model in assisting the halal product process of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto are using Berlo's SMCR communication model which includes four elements, namely source (message sender), message (message), channel (media), receiver (message receiver). The sender of the message in this study is the halal center and the companion of the halal product process, the message in this study is about the socialization of halal certification, halal certification training, assistance in the halal certification process, the channel in this study is the @saizu.halalcenter ig account and the whatsapp group, namely the HC Saizu companion and the website is s.id/saizu-halalcenter, the recipient of the message is the business owner and companion of the halal product process of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

**Keywords: Communication, Communication Model, Halal Certification, and Halal Product Process Assistance**essential in this communication process.

### **MOTTO**

“Dengan hanya meyakini, benar-benar meyakini bahwa kau pantas, bahwa kau cukup, barulah kau akan memiliki keberanian untuk berkata “ya”, berkata “tidak”, dan memiliki keberanian meminta serta meraih apa pun yang kau inginkan, dengan tenang”<sup>1</sup>

**Reza Rusandi**



---

<sup>1</sup> Reza Rusandi, *Inward* (Jakarta : Bintang Wahyu 2020), hlm 112

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah Rabbil 'aalamiin*, puji serta syukur tidak lupa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini, sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dimampukan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal”**.

Skripsi ini merupakan suatu karya tulis ilmiah yang diajukan sebagai syarat penyelesaian pendidikan untuk memperoleh gelar sarjana pada UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, pada Fakultas Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis menyadari banyak pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini melalui dukungan moral dan materil dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih antara lain kepada:

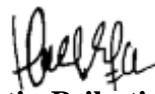
1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Uus Uswatusolihah, S.Ag, M.A., Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dedy Riyadin, M.I.Kom. Koordinator Program Studi Komunika dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si, selaku Penasehat Akademik

6. Turhamun, M.S.I, Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan, kritik dan saran sampai skripsi ini selesai.
7. Segenap Dosen, Staff Administrasi dan Staff Tata Usaha Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Terima Kasih Kepada Bapak Rusdi, Mamah Kusniawati, dan Bapak Sugono yang telah mendukung proses penyelesaian skripsi baik secara moril maupun materil.
9. Terima Kasih Kepada Ayu Farisyah dan Ayu Komalasari telah menjadi sahabat yang selalu mendukung, meyakinkan, dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Indana Zulfalillah dan Tiara Adriyana yang telah mendengarkan segala cerita dan meyakinkan penulis untuk fokus kembali setelah melewati beberapa hal, untuk menyelesaikan skripsi.
11. Terima kasih kepada Nur Atika Dewi sesama pejuang skripsi yang satu angkatan, dan teman ke kampus menjadikan penulis semangat menyelesaikan skripsi.
13. Terima kasih Pengurus Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk halal yang telah berkenan menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
14. Terima kasih untuk semua pihak yang berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Purwokerto, 26 Maret 2024

Penulis,



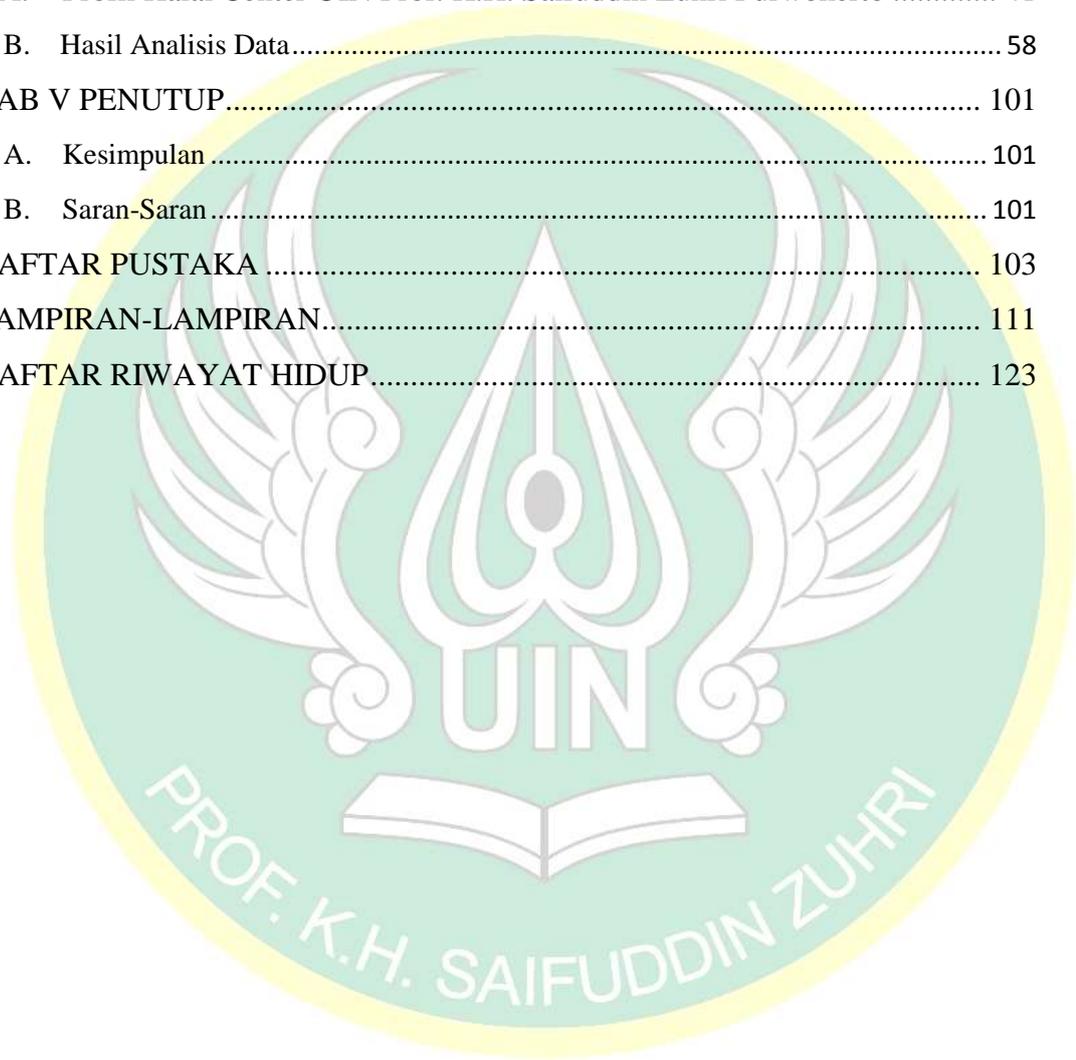
**Atin Prihatin**

**1917102045**

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
F. Kajian Pustaka .....	5
G. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
A. Komunikasi .....	9
B. Pengertian Model Komunikasi.....	17
C. Model Komunikasi SMCR BERLO .....	23
D. Fungsi Model Komunikasi.....	29
E. Sertifikasi Halal dan Sertifikat Halal .....	30
F. Pendamping Proses Produk Halal .....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35

B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
D. Sumber Penelitian .....	37
E. Metode Pengumpulan Data.....	37
F. Metode Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Profil Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto .....	41
B. Hasil Analisis Data.....	58
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran-Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>123</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Tim Pengelola Halal Center: “Pusat Kajian dan Pengembangan Halal Tahun 2022. ....	47
Tabel 4.2 Informan Penelitian.....	48
Tabel 4.3 Nama pendamping dan pemilik usaha .....	88



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Modifikasi Model Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto .....	48
Gambar 4.2 Cara Pendaftaran Pendamping Proses Produk Halal .....	51
Gambar 4.4 Media Sosial Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. ....	62
Gambar 4.5 Webinar Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM	64
Gambar 4.6 Pamflet Pelatihan Pendamping Proses Produk Halal .....	66
Gambar 4.7 Pendamping Proses Produk Halal menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat.....	76
Gambar 4.8 Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melakukan sosialisasi jaminan produk halal.....	77
Gambar 4.9 Halal Center bergerak melakukan sosialisasi jaminan produk halal di kawasan Penginyongan .....	79
Gambar 4.10 Ketua Halal Center menyerahkan sertifikat halal kepada PemilikUsaha .....	81
Gambar 4.11 Jateng Baru Memiliki 51 Juleha Bersertifikat BNSP.....	82
Gambar 4.12 Pelatihan Juru sembelih halal pada 29 Juni 2023.....	82
Gambar 4.13 Tentang Modifikasi Model Komunikasi Pendamping .....	83

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sertifikasi halal yang dilakukan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ini berfungsi sebagai penyiaran sehingga banyak orang yang mendapatkan sosialisasi pentingnya sertifikasi halal dan juga memfasilitasi pendamping proses produk halal.<sup>2</sup>

Produk halal sendiri di Indonesia lebih banyak jika dibandingkan dengan produk non halal, namun karena di Indonesia mayoritas muslim maka memiliki kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT, seperti berdasarkan surat Al-Maidah ayat 88 yang artinya “Makanlah makanan yang baik”. Sertifikasi halal adalah suatu prosedur bahwa produk tersebut halal.<sup>3</sup> Sertifikasi halal juga berfungsi untuk membentuk masyarakat islami ditinjau dari berbagai aspek antara lain, aspek makanan, obat-obatan dan lainnya.

Adanya produk halal di Indonesia sangat berdampak baik karena dengan adanya jaminan produk halal tentu saja konsumen diberikan komposisi produk dan proses pembuatan produk yang halal. Selain itu dengan adanya produk halal sebagai jaminan dari negara agar konsumen terhindar dari produk yang tidak halal. Adapun mengenai produsen harus menyantumkan label halal di produknya baik di dalam atau diluar kemasan produk. Label halal itu juga wajib dipertanggungjawabkan oleh produsen.<sup>4</sup>

Produsen adalah pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan komoditi dengan memperhatikan produksi tidak hanya dalam proses

---

<sup>2</sup> Nurwahidah Alimuddin, “Konsep Dakwah Dalam Islam”, Jurnal Hunafa 4, no. 1 (Maret 2007) : 75.

<sup>3</sup> Fatimah Nur, “Jaminan Produk Halal Di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim”, Jurnal Likuid 1, No. 1 (Januari 2015) : 45.

<sup>4</sup> May Lim Charity, “Jaminan Produk Halal di Indonesia”, Jurnal Legislasi Indonesia 14, no. 2 (Maret 2021) : 101.

pembuatan saja melainkan ada yang lebih penting yaitu ; penyimpanan, distribusi, pengangkutan, pengeceran, pengemasan, serta upaya regulator atau mencari celah hukum demi memperoleh keringanan pajak atau jasa akuntan dan pengacara semua hal itu sangat berpengaruh dengan adanya produk halal yang bersertifikat.<sup>5</sup>

Sertifikat halal sendiri penting karena dengan adanya sertifikat halal, produk tersebut telah terjamin kehalalannya. Sehingga masyarakat yang beragama Islam tidak ragu lagi dengan membeli produknya. Karena sudah tidak ada lagi hal yang meragukannya mengenai kehalalan suatu produk. Namun tetap saja wajib selektif dalam membeli sesuatu dan dipastikan kehalalan produknya atau melihat adanya logo halalnya. Karena zaman sekarang banyak produk luar negeri yang belum pasti kehalalannya hanya karena viral banyak yang beli untuk dikonsumsi.<sup>6</sup>

Alasan peneliti meneliti tertarik Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal adalah karena perkembangan pesat dari kelembagaan tersebut dimana Halal Center Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menjadi pendamping terbanyak kedua sejang setelah UIN Walisongo. Hal ini tentu saja menjadi gebrakan untuk kemajuan sumber daya manusia di kampus. Selain itu menjadi pertanyaan besar bagi peneliti yaitu bagaimana model komunikasi dalam pendampingan proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ? Berkaitan dengan praktik komunikasi dalam proses pelatihannya. Berdasarkan alasan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Model Komunikasi Dalam Pendampingan Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto”**.

---

<sup>5</sup> Dyah Sawitri, *Ekonomi Mikro dan Implementasinya* (Yogyakarta : Graha Ilmu 2014), 3.

<sup>6</sup> Rina Rachmawati, *Kewirausahaan* (Sleman : Deepublish 2020), 103.

## B. Penegasan Istilah

### 1. Model Komunikasi

Model komunikasi merupakan salah satu cara dalam memahami fenomena komunikasi. Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Fenomena ini jika menggunakan model komunikasi akan lebih mudah dipahami. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh dalam proses komunikasi. Jadi model disini tidak bermakna sebagai fenomena itu sendiri. Akan tetapi, peminat komunikasi termasuk mahasiswa sering mencampuradukkan fenomena dengan model tersebut. Sebagai alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi, model mempermudah penjelasan tersebut.<sup>7</sup>

Menurut Sereno dan Mortensen, model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata. Sedangkan B.Aubrey Fisher mengatakan model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.<sup>8</sup>

Model adalah gambaran dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan suatu teori. Dengan kata lain model, model adalah teori yang disederhanakan. Bahkan menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr., model membantu merumuskan teori dan menyarankan hubungan. Oleh karena itu hubungan dengan model sangat erat, model sering dicampuradukkan dengan teori. Maka dari itu harus lebih pemilih atau

---

<sup>7</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 131.

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 132.

memilah-milah unsur-unsur tertentu yang dimasukkan di model, suatu model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, dan ini pula gilirannya mengimplikasikan teori mengenai sebuah fenomena yang diteorikan.<sup>9</sup>

### **C. Rumusan Masalah**

Bagaimana Model Komunikasi Dalam Pendampingan Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah bagaimana Model Komunikasi Dalam Pendampingan Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?

### **E. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat teoritis
  1. Sebagai rujukan dalam mengetahui model komunikasi dalam pendampingan proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
  2. Berfungsi sebagai upaya mengenalkan ilmu komunikasi dalam menjadi fasilitator pendamping proses produk halal
- b. Manfaat praktis
  1. Manfaat bagi peneliti berguna untuk menambah wawasan dalam memahami komunikasi
  2. Manfaat bagi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai upaya untuk terus mensosialisasikan pentingnya sertifikat halal
  3. Manfaat bagi pembaca untuk mengetahui informasi sebagai gambaran mengenai komunikasi dalam upaya meningkatnya sertifikat halal

---

<sup>9</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar , 132.

4. Manfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai acuan untuk bahan penelitian selanjutnya.

## F. Kajian Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh M. Latif Manurung (2017) mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan dengan judul “Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Di Kota Medan”. Skripsi dari M. Latif Manurung bertujuan untuk mengetahui model komunikasi Majelis Ulama Indonesia di kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal, Metode MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai model komunikasi yang berhubungan dengan produk halal. Perbedaannya yakni pada subjeknya M. Latif Manurung meneliti tentang mensosialisasikan sertifikasi halalnya, sedangkan penulis meneliti model komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai fasilitator pendamping proses produk halal.<sup>10</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Feridha (2018) mahasiswi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul ”Model Komunikasi Dalam Pengelolaan Wisata Halal Di Aceh Besar Dan Banda Aceh”. Skripsi dari Suci Feridha bertujuan untuk mengetahui apa saja bentuk wisata yang disediakan dan dipromosikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh, sasaran dari pengelolaan wisata halal di Aceh, dan model-model komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh dalam mengelola wisata halal di Aceh. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai model komunikasi yang berhubungan dengan produk halal. Perbedaannya yakni pada subjeknya Suci Feridha meneliti tentang bentuk wisata yang disediakan dan promosikan, sasaran dari pengelolaan wisata halal Aceh, dan model-model

---

<sup>10</sup> M. Latif Manurung, “*Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Di Kota Medan*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017).

komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh sedangkan penulis meneliti model komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai fasilitator pendamping proses produk halal.<sup>11</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Murnilawati (2018) mahasiswi UIN Sumatera Utara Medan dengan judul “Model Komunikasi PT Herbal Network Indonesia Dalam Mensosialisasikan Produk Kosmetik Halal Di Kota Medan”. Skripsi Murnilawati bertujuan untuk mengetahui cara mensosialkan produk kosmetik halal HNI, mengetahui model yang digunakan PT Herbal Network Indonesia dalam mensosialisasikan produk halal, dan untuk mengetahui kendala dan solusi yang dilakukan PT Herbal Network Indonesia dalam mensosialisasikan produk kosmetik halal khususnya Kota Medan. . Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai model komunikasi yang berhubungan dengan produk halal. Perbedaannya yakni pada subjeknya Murnilawati meneliti tentang mensosialisasikan produk halal sedangkan penulis meneliti model komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai fasilitator pendamping proses produk halal.<sup>12</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Inayatillah Djakfar dan Isnaliana (2021) mahasiswi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Model Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Produk Makanan Halal Bagi UMKM Dalam Mendukung Banda Aceh Menjadi Kota Wisata Halal”. Jurnal Inayatillah Djakfar dan Isnaliana bertujuan untuk membentuk sebuah model efektif dalam melakukan pendampingan sertifikasi produk makanan halal bagi UMKM dalam mendukung wisata halal di Kota Banda Aceh. Persamaan dengan peneliti sama meneliti tentang pendampingan produk halal. Perbedaannya yakni pada subjeknya yaitu Inayatillah

---

<sup>11</sup> Suci Feridha, “*Model Komunikasi Dalam Pengelolaan Wisata Halal Di Aceh Besar Dan Banda Aceh*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

<sup>12</sup> Murnilawati, “*Model Komunikasi PT Herbal Network Indonesia Dalam Mensosialisasikan Produk Kosmetik Halal Di Kota Medan*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018).

Djakfar dan Isnaliana meneliti ke model pendampingan sedangkan peneliti ke model komunikasinya.<sup>13</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah Nur (2021) Mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Jaminan Produk Halal Di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim”. Jurnal Fatimah Nur bertujuan untuk merealisasikan untuk masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim dapat melaksanakan perintah Allah SWT dengan mengkonsumsi makanan yang terjamin kehalalannya dengan adanya sertifikasi halal. Persamaan dengan peneliti sama meneliti berhubungan tentang produk halal. Perbedaannya yaitu Fatimah Nur meneliti mengenai jaminan produk halalannya, sedangkan peneliti mengenai model komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai fasilitator pendamping proses produk halal.<sup>14</sup>

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan adalah upaya dalam mempermudah susunan dalam pembuatan skripsi agar lebih mudah dipahami, adapun dalam penelitian ini menggunakan 5 BAB yaitu:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, dalam penelitian ini landasan teori berisi: tentang definisi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, prinsip-prinsip komunikasi, model komunikasi, fungsi model komunikasi, sertifikasi halal dan sertifikat halal, dan pendamping proses produk halal.

Bab III Metode Penelitian berisi: pendekatan dan jenis penelitian, sumber penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data.

---

<sup>13</sup> Inayatillah Djakfar, Isnaliana, “lokasi penelitian dan berupa penyajian data, dan analisa data Model Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Produk Makanan Halal Bagi UMKM Dalam Mendukung Banda Aceh Menjadi Kota Wisata Halal”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, No. 1 (Mei 2021) : 82.

<sup>14</sup> Fatimah Nur, “Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim,” 20.

Bab IV Hasil Penelitian, berisi: gambaran umum, hasil penelitian, hasil analisis

Bab V Penutup, berisi penutup yang di dalamnya terdapat paparan simpulan dan saran peneliti.



## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Komunikasi

##### 1. Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah usaha dalam melakukan penyampaian pesan antara komunikan dan komunikator agar terjadi hubungan dua arah. Jadi komunikasi ini adalah ilmu yang mempelajari usaha dalam penyampaian pesan antarmanusia sebagai makhluk sosial yang tanpa sadar sering melakukan tindakan yang biasa disebut komunikasi baik secara verbal maupun non verbal. Ilmu komunikasi tidak mengkaji hubungan antara manusia selain dengan manusia.<sup>15</sup>

Berikut adalah beberapa definisi tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut:

a. Carl Hovland, Janis dan Kelley

Komunikasi adalah suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan agar komunikasi mudah dimengerti, dan mengubah perilaku orang-orang lainnya (khalayak).<sup>16</sup>

b. Harold Laswell

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan tentang “siapa” “mengatakan apa” isi dalam komunikasinya “dengan saluran apa”, media yang digunakan “kepada siapa”, orang yang dituju sebagai komunikan (komunikan adalah orang yang menerima pesan) dan “hasil apa”.

---

<sup>15</sup> Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok, Sleman, Jogjakarta : Ar-Ruzz Media 2012) : 56.

<sup>16</sup> Murtiadi, Dwi Prasetya Danarjati, dan Ari Ratna Ekawati, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta : Psikosain 2015) : 2. Elibrary UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Definisi Laswell ini menunjukkan komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja yang disertai tujuan.<sup>17</sup>

Berdasarkan definisinya Laswell memiliki 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain yaitu (1) sumber atau biasa disebut sebagai pengirim pesan. Sumber adalah pihak yang berinisiatif mengawali komunikasi. (2) Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber atau komunikator kepada komunikan. (3) saluran atau media, yaitu alat yang digunakan untuk melakukan komunikasi.<sup>18</sup> Saluran disini dibagi dua yaitu melalui suara atau cahaya (digunakan ketika waktu tertentu atau bisa disebut juga ini sebagai sandi). (4) penerima atau biasa disebut sebagai tujuan, dan berdasarkan rujukan dimasa lalu nilai, pengetahuan, pola pikir, persepsi sebagai penerima pesan yang menafsirkan lambang, simbol, atau sandi yang dikirimkan oleh komunikator. (5) efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari komunikator.<sup>19</sup>

c. Handoko

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain yang melibatkan lebih dari sekadar kata-kata yang digunakan dalam suatu percakapan antar individu, antar kelompok, dan antara individu dan kelompok. Di dalam proses komunikasi ini intonasi,

<sup>17</sup> Psikologi Komunikasi, 2.

<sup>18</sup> Sampir Andrian Sukoco, New Komunikasi Pemasaran ( Jember : CV Pustaka Abadi 2018), 7.  
[https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjsla65yNqBAxWuxDgGHT8hAG8Q6AF6BAgJEAI](https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjsla65yNqBAxWuxDgGHT8hAG8Q6AF6BAgJEAI)

<sup>19</sup> Ahmad Sultra Rustan, Pengantar Ilmu Komunikasi ( Yogyakarta : Deepublish 2017), 102.  
[https://books.google.co.id/books?id=Ezk2DwAAQBAJ&pg=PA101&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2mujFytqBAxVowTgGHfVBBvc4ChDoAXoECAUQAg](https://books.google.co.id/books?id=Ezk2DwAAQBAJ&pg=PA101&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2mujFytqBAxVowTgGHfVBBvc4ChDoAXoECAUQAg)

gestur, titik putus lokal dan lainnya itu penting karena hal itu juga sebagai sarana untuk memperlancar jalannya komunikasi.<sup>20</sup>

d. Mulyana

Komunikasi didefinisikan sebagai apa yang terjadi bila makna diberikan kepada suatu perilaku. Bila seorang memperhatikan perilaku kita dan memberika maka, komunikasi telah terjadi terlepas dari apakah kita meyadari perilaku kita atau tidak.<sup>21</sup>

e. Ruben dan Steward

Komunikasi manusia adalah komunikasi yang memiliki proses melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.<sup>22</sup>

f. Bernard Berelson dan Gery A. Steiner

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbl-simbol seperti kata-kata, gambar angka-angka dan lain-lain. Hal itu semua mempengaruhi proses komunikasi.<sup>23</sup>

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam buku pengantar ilmu komunikasi Nurani Soyomukti, 2012 dipaparkan bahwa terdapat beberapa unsur komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- a. Pengirim pesan;
- b. Pesan; serta
- c. Target penerima pesan

Namun komunikasi bukan semata terdiri atas tiga unsur itu. Ketiga unsur tersebut termasuk kedalam unsur dasar, tetapi proses komunikasi mengandung lebih dari unsur-unsur tersebut. Jadi

<sup>20</sup> Ngalimun, Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis (Banjarmasin : Pustaka Baru Press 2017), 1, Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

<sup>21</sup> Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis, 1.

<sup>22</sup> Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis, 2.

<sup>23</sup> Riswandi, Psikologi Komunikasi (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), 1, Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

unsur komunikasi juga dipengaruhi oleh kegiatan komunikasi setiap orang sehingga unsurnya berbeda-beda.<sup>24</sup>

Definisi Laswell tentang komunikasi secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu:

- a. Siapa, yakni pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber.
- b. Mengatakan apa, yakni isi informasi yang disampaikan.
- c. Kepada siapa, yakni pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima.
- d. Melalui saluran apa, yakni alat atau saluran penyampaian informasi.
- e. Dengan akibat atau hasil apa, yakni hasil yang terjadi pada diri penerima.<sup>25</sup>

### 3. Prinsip-Prinsip Komunikasi

#### a. Komunikasi Adalah Proses Simbolik

Salah satu kebutuhan manusia, seperti yang dikatakan adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia adalah makhluk yang satu-satunya memiliki lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Sehingga manusia lebih unggul jika dibandingkan dengan makhluk lainnya. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok. Lambang berisi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Komunikasi adalah proses simbolik yang bersifat dinamis, sirkular dan tidak berakhir pada suatu titik.<sup>26</sup>

<sup>24</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi, 58.

<sup>25</sup> Goang Ginaldi, "Model Komunikasi Tokoh Agama Dalam Penyelesaian Konflik" (S.Sos Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020), 21. Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

<sup>26</sup> Teddy Dyatmika, Ilmu Komunikasi (Yogyakarta : Zahir Publishing 2020), 78. <https://books.google.co.id/books?id=YmM0EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=komunikasi&>

b. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan

Dimensi isi disandi secara lisan, sementara dimensi korelasi disandi secara nonverbal. Dimensi isi ini artinya muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan memberikan bagaimana cara mengatakannya juga mengisyaratkan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan. Setiap pesan komunikasi memiliki dimensi isi sebab dimensi isi ini mampu memprediksi suatu korelasi yg diantara pihak-pihak yg terlibat pada proses komunikasi.<sup>27</sup>

c. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan

Komunikasi dilakukan pada aneka macam tingkat kesengajaan, berasal komunikasi yang tidak disengaja sama sekali (misalnya mengobrol dengan orang yg duduk disebelah saat menaiki kereta api) hingga komunikasi yang benar-benar disengaja (misalnya seorang guru yang menerangkan materi pelajaran di depan kelas). Karena komunikasi bisa terjadi secara tidak sengaja padahal orang tersebut tidak berniat melakukan komunikasi.<sup>28</sup>

d. Komunikasi Terjadi Dalam Konteks Ruang dan Waktu

Makna pada suatu pesan tergantung pada konteks fisik dan ruang (termasuk iklim, suhu, intensitas cahaya, dan sebagainya), waktu, sosial, dan psikologis. Topik-topik yang lazim dipercakapkan di rumah, tempat kerja, atau tempat hiburan seperti “lelucon,” acara televisi,” mobil, “bisnis,” atau “perdagangan” terasa kurang sopan bila dikemukakan dimasjid atau di tempat ibadah lainnya. Pesan yang disampaikan oleh komunikan baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat,

---

[hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiO-8KLmuqBAXfUGwGHeIXCNsQ6AF6BAgGEAI](https://id.newbks.com/newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiO-8KLmuqBAXfUGwGHeIXCNsQ6AF6BAgGEAI)

<sup>27</sup> Ilmu Komunikasi, 79.

<sup>28</sup> Ilmu Komunikasi, 79.

dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dari kapan komunikasi itu berlangsung sehingga komunikator dan komunikan melakukan komunikasi dua arah, bukan satu arah agar komunikasi berjalan efektif.<sup>29</sup>

e. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

Ketika orang-orang berkomunikasi, mereka meramalkan efek perilaku komunikasi. Secara tidak langsung hal ini menegaskan bahwa, komunikasi juga terikat oleh aturan dan tatakrama. Artinya, orang-orang memilih strategi tertentu untuk menghasilkan sebuah komunikasi agar terjadi berjalan secara lancar, jadi melakukan komunikasi tergantung siapa yang akan diajak komunikasi. Tidak dibayangkan jika orang melakukan komunikasi tanpa norma, karena jika melakukan komunikasi terhadap semua orang secara semena-mena akan membuat orang marah atau tersinggung dan hal itu akan menjadi sumber masalah.<sup>30</sup>

f. Komunikasi Bersifat Sistemik

Setiap individu adalah suatu sistem yang hidup (a living system). Organ-organ dalam tubuh saling berhubungan. Unsur dalam tubuh baik jasmani maupun rohanipun saling berhubungan, jika salah satunya sakit maka hal itu mempengaruhi kinerjanya. Setidaknya ada dua sistem yang beroperasi dalam transaksi komunikasi itu: sistem internal dan sistem eksternal. Sistem internal adalah semua sistem yang dibawa oleh setiap individu pada saat melakukan komunikasi yang diserap selama sosialisasinya dalam berbagai lingkungan sosial. Sedangkan sistem eksternal adalah sistem yang berada diluar individu. Setiap orang memiliki sifat internal yang dipengaruhi oleh budaya, nilai, adat, pengalaman dan pendidikan.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Rayudaswati Budi, Pengantar Ilmu Komunikasi (Makassar : Kretakupa 2010), 15.

<sup>30</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi, 16.

<sup>31</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi, 16.

g. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-budaya Semakin Efektiflah Komunikasi**

Komunikasi efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi). Misalnya, penjual yang datang kerumah untuk mempromosikan dagangannya, komunikasi akan disebut efektif jika pemilik rumah tertarik untuk membeli produk dagangan penjual tersebut. Jika dua orang melakukan komunikasi dan keduanya berasal dari latar belakang yang sama maka akan terjadi komunikasi yang berjalan lancar karena memiliki topik atau bahan untuk dikomunikasikan.

h. **Komunikasi Bersifat Nonsekuensial**

Meskipun banyak model komunikasi linear atau satu arah, sebenarnya komunikasi manusia pada dasarnya (komunikasi tatap-muka) bersifat dua-arah. Ketika seseorang berbicara bersama individu maupun kelompok itu pada dasarnya berbentuk komunikasi dua arah karena pada saat ada satu pembicara orang dianggap sebagai pendengar atau penerima pesan sebenarnya juga pembicara pada saat yang sama melalui perilaku nonverbal.<sup>32</sup>

i. **Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis, dan Transaksional**

Seperti waktu dan eksistensi, komunikasi tidak memiliki awal dan tidak memiliki akhir, melainkan proses yang sinambung (continuous). Bahkan kejadian sangat sederhana pun seperti “Tolong tutup pintunya” melibatkan rangkaian insiden yang rumit apabila pendengar memenuhi permintaan tadi. Pandangan dinamis dan transaksional menyampaikan fokus pada saat mengalami perubahan menjadi yang akan terjadi terjadinya komunikasi.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Yasir, Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif”, (Yogyakarta : Deepublish 2012), 55, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

<sup>33</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif”, 55.

j. Komunikasi Bersifat Irreversible

Suatu perilaku adalah suatu peristiwa. Oleh karena merupakan peristiwa, perilaku berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali.” Contohnya ketika seseorang menabrak kendaraan bermotor ketika orang tersebut mengendarai mobil akan menyebabkan peristiwa tersebut mendapatkan konsekuensinya. Sehingga hal itu tidak dapat ditarik kembali, melainkan orang tersebut hanya dapat mengatakan kata maaf kepada korbannya. Kata maaf disini sebagai bentuk “perilaku baru”.

Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini menyadarkan bahwa harus hati-hati dalam melakukan tindakan atau suatu komunikasi apalagi yang merugikan orang lain, karena hal ini tidak bisa ditiadakan sama sekali.

k. Komunikasi Bukan Panacea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah

Komunikasi yang kurang efektif dapat menyebabkan persoalan dan konflik antarmanusia. Namun komunikasi bukan termasuk panacea (obat mujarab) untuk menyelesaikan permasalahan atau konflik tersebut berkaitan dengan struktural. Agar komunikasi menjadi efektif kendala struktural ini harus diperbaiki atau dibenahi agar komunikasi berjalan efektif dan konflik antarmanusia berkurang.<sup>34</sup>

l. Komunikasi Merupakan Refleksi Diri

Prinsip ini menyatakan bahwa manusia mempunyai pemikiran yang memikirkan diri sendiri, teman dalam berkomunikasi, pesan-pesannya dan akibat dari pesan tersebut. Manusia adalah satu-satunya makhluk yang memiliki kedudukan yang sama ketika berada di waktu dan dalam posisi yang sama. Prinsip ini menjadikan manusia belajar terus belajar sehingga terus berevolusi dan maju

<sup>34</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif“, 56.

untuk mempelajari ilmu atau apapun yang belum diketahui, karena manusia memiliki rasa keingintahuan yang tinggi.<sup>35</sup>

## **B. Pengertian Model Komunikasi**

Model komunikasi adalah suatu “replika” kebanyakan sebagai model diagramatik dari dunia nyata, seperti halnya juga model pesawat terbang. Oleh karena komunikasi bersifat dinamis, maka sebenarnya komunikasi sulit untuk dimodelkan. Akan tetapi penggunaan model dapat mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi dan bagaimana unsur-unsur tersebut berhubungan. Windhal dan Mcquail menjelaskan bahwa model komunikasi adalah representasi fenomena komunikasi dengan menonjolkan unsur-unsur penting yang berguna untuk memahami suatu proses komunikasi. Jadi pada hakikatnya model itu sebagai alat bantu, model mempermudah menjelaskan fenomena komunikasi dengan mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri yang dianggap penting dan menghilangkan rincian yang tidak perlu.<sup>36</sup>

Teoritikus menciptakan sebuah model komunikasi sebagai representasi sederhana hubungan-hubungan kompleks di antara elemen-elemen dalam proses komunikasi untuk mempermudah proses yang kompleks. Sejauh ini terdapat ratusan model komunikasi telah dibuat oleh para pakar. Kekhasan sebuah model komunikasi terletak pada latar belakang keilmuan (pembuat) model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologi, dan zaman yang mengikutinya sehingga semua model komunikasi itu dikelompokkan pada kategori model yaitu: model komunikasi sebagai aksi atau model linear, model komunikasi sebagai interaksi atau model sirkuler dan model komunikasi transaksional.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif 56.

<sup>36</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif”, 66.

<sup>37</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif, 66.

## a. Model-Model Komunikasi sebagai Suatu Perkenalan

### 1). Model S-R

Model dasar ini dipengaruhi aliran psikologi behavioristik yang menggambarkan perilaku manusia berdasarkan pada reward (ganjaran atau penghargaan yang setimpal) dan punishment (sanksi setimpal). Model Stimulus respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respon.<sup>38</sup>

### 2). Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah model komunikasi yang paling klasik yang sering juga disebut model retorik (rhetorical model). Dalam model ini memiliki tiga unsur dasar proses komunikasi yaitu pembicara (speaker), pesan (message), dan pendengar (listener). Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles ini adalah komunikasi retorik yang saat ini dikenal dengan public speaking (komunikasi publik).<sup>39</sup>

### 3). Model Laswell

Model Laswell ini, merupakan suatu model yang berisi ungkapan verbal yakni who (siapa), say what (apa yang dikatakan), in Which Channel (Saluran Pembicara Pesan Pendengar Komunikasi), To Whom (kepada siapa), With What Effect (unsur pengaruh). Model komunikasi Laswell berupa ungkapan verbal, yaitu:

- a. Who : Komunikator ( orang yang menyampaikan pesan).
- b. Says What : Pesan (informasi yang disampaikan oleh komunikator).

<sup>38</sup> Muhamad Fahrudin Yusuf, Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi (Yogyakarta : Pustaka Ilmu 2021), 32.

<sup>39</sup> Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi, 33.

c. In Which Channel : Media (alat atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi).

d. To Whom : Komunikasi (Orang yang menerima informasi dari komunikan).

e. With What Effect : Efek (Reaksi yang dihasilkan atau ditunjukkan oleh komunikasi setelah mendengar informasi yang disampaikan oleh komunikan).<sup>40</sup>

#### 4). Model Newcomb

Theodore Newcomb memandang komunikasi dari perspektif psikologi-sosial. Modelnya mengingatkan diagram jaringan kelompok yang dibuat oleh para psikolog sosial dan merupakan formulasi awal mengenai konsistensi kognitif. Dalam model komunikasi tersebut seringkali disebut Model ABX atau model simetri. Dalam model Newcomb, Newcomb menggambarkan model ini dengan ketika seseorang A, menyampaikan sesuatu pada seseorang lainnya B, mengenai sesuatu X. Pada model ini komunikasi adalah salah satu cara yang lazim dan efektif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka.<sup>41</sup>

#### 5). Model Westley dan Maclean

Tahun 1957, Bruce Westley dan Malcolm Mac Lean, keduanya teoritis komunikasi merumuskan suatu model yang mencakup komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa, memasukkan umpan balik sebagai integrasi komunikasi. Model ini dipengaruhi oleh model Newcomb, model Laswell, dan Model Shannon dan Weaver. Pada model ini ditambahkan jumlah peristiwa, gagasan, objek, dan orang yang tidak terbatas (dari X1-X0) yang kesemuanya

---

<sup>40</sup> Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi 34.

<sup>41</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 154.

merupakan objek orientasi, menempatkan suatu peran dari C diantara A dan B, dan menyediakan umpan balik.<sup>42</sup>

#### 6). Model Garbner

Model Garbner merupakan perluasan dari model Laswell. Model ini terdiri model verbal dan model diagramatik. Model verbal Garber dan model diagramatik. Model verbal Gerbner adalah sebagai berikut:

- a) Seseorang (sumber, komunikator)
- b) Mempersepsi suatu kejadian
- c) Dan bereaksi
- d) Dalam suatu situasi
- e) Melalui suatu alat
- f) Untuk menyediakan materi
- g) Dalam suatu bentuk
- h) Dan konteks
- i) Yang mengandung isi
- j) Yang mempunyai konsekuensi

Garbner menunjukkan bahwa seseorang mempersepsi suatu kejadian dan mengirimkan sinyal kepada suatu transmitter yang pada gilirannya mengirimkan pesan kepada penerima (receiver); dalam transmisi itu sinyal menghadapi gangguan dan muncul sebagai SSEE bagi sasaran (destination).<sup>43</sup>

#### 7). Model Berlo

Dalam model komunikasi Berlo ini memiliki 4 proses utama yaitu SMRC (Source, Message, Receiver, Channel) lalu ditambah 3 proses sekunder, yaitu feedback, efek, dan

<sup>42</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 156.

<sup>43</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 159.

lingkungan. Adapun 4 proses pada model komunikasi SMCR Berlo antara lain:

- a. Source (sumber) adalah seseorang yang memberikan pesan atau menyampaikan pesan dalam berkomunikasi kepada komunikator.
- b. Message (pesan) adalah isi komunikasi itu sendiri yang memiliki nilai untuk disampaikan ke komunikan oleh komunikator.
- c. Receiver (penerima pesan) adalah orang yang mendapatkan pesan dari komunikator melalui media.
- d. Channel (media dan saluran komunikasi) adalah sebuah saluran dalam berkomunikasi yang digunakan pada model komunikasi ini.
- e. Menurut model ini hal yang mempengaruhi dalam proses juga dipengaruhi dari faktor-faktor: keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya.

#### 8). Model DeFleur

Model Melvin L. DeFleur seperti model Setsley dan Maclean, menggambarkan model komunikasi antar pribadi. Seperti yang diakui oleh DeFleur yang modelnya ini merupakan perluasan dari model-model yang dikemukakan para ahli lain khususnya Shannon dan Weaver, dengan memasukan perangkat media massa (mass medium device) dan perangkat umpan balik (feedback device). Ia menggambarkan sumber (source), pemancar (transmitter), penerima (receiver), dan sasaran (destination) sebagai fase-fase terpisah dalam proses komunikasi massa.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Ilmu Komunikasi, 67.

#### 9). Model Tubbs

Model komunikasi berikut dikembangkan oleh Stewart L. Tubbs. Model ini menggambarkan komunikasi paling mendasar, yaitu komunikasi dua orang (diadik). Model komunikasi ini sesuai dengan konsep komunikasi transaksi, yang mengasumsikan kedua peserta komunikasi dalam model ini berfungsi sebagai pengirim dan penerima pesan. Model tubs ini antara komunikator 1 dan 2 terus menerus melakukan rangsangan baik secara verbal maupun non verbal sehingga komunikasi itu tidak berjalan secara singkat.<sup>45</sup>

#### 10). Model Gudykunts dan Kim

Model William B. Gudykunts dan Young Yun Kim ini sebenarnya merupakan model komunikasi antar budaya, yakni komunikasi antara orang-orang yang berasal dari budaya berlainan, atau komunikasi dengan orang asing (stranger). Model komunikasi ini termasuk model komunikasi tatap muka, antar dua orang. Model Gudykunts dan Kim ini mengasumsikan dua orang yang setara dalam berkomunikasi, masing-masing sebagai pengirim yang sekaligus penerima ini, atau bisa disebut sebagai encoding dan decoding.<sup>46</sup>

#### 11). Model Interaksional

Model interaksional ini “berlawanan” dengan model S-R dan model linear lainnya. Model interaksional ini menganggap manusia lebih aktif. Jadi pada intinya model komunikasi ini

---

<sup>45</sup> Ilmu Komunikasi, 70.

<sup>46</sup> Ilmu Komunikasi, 70.

bertumpu pada komunikasi sosial atau komunikasi dengan orang lain (role talking ).<sup>47</sup>

### C. Model Komunikasi SMCR BERLO

Model komunikasi David Kenneth Berlo yang memperkenalkan istilah SMCR sebagai bentuk dari komunikasi linear. Model komunikasi Berlo ini terjadi secara tidak berkesinambungan antara penyampai pesan dan penerima pesan. Dalam proses komunikasi ini terdapat empat komponen yaitu, sender, message, channel dan receiver.<sup>48</sup>

Gambar 2.1 : Model Komunikasi Berlo<sup>49</sup>



<sup>47</sup> Puncu Dewi Karyuningsih, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2016), 60, Elibrary UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

<sup>48</sup> Qoniah Nur Wijayanti, "Aplikasi Model Komunikasi Berlo Dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia", *Jurnal Komunikasi* 16, No. 1 (Maret 2022) : 103

<sup>49</sup> Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif, 73.

a. Sender atau Source

Sender atau source atau pengirim pesan adalah sumber berasalnya pesan atau seseorang yang menyampaikan pesan. Sumber pada proses penyampaian pesan biasa disebut dengan komunikator. Penyampai pesan bisa individu maupun kelompok. Kelompok yang dimaksud adalah partai, organisasi, atau lembaga tertentu. Menurut Berlo sender adalah sumber dan keterampilan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keterampilan berkomunikasi, tindakan yang diambil, pengetahuan, sistem sosial dan kebudayaan lingkungan sekitar.<sup>50</sup>

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sender atau source atau sumber atau keterampilan komunikasi, sikap dan pengetahuan, sistem sosial, dan budaya antara lain :

1) Keterampilan Komunikasi (communication skills):

Merupakan kemampuan individu dalam membaca, menulis, berbicara, mendengarkan, dan lain sebagainya. Keterampilan dalam komunikasi juga hal yang mempengaruhi proses komunikasi. Jika sender melakukan komunikasi dengan baik maka sender akan mendapatkan message atau pesan dengan baik.<sup>51</sup>

2) Sikap (Attitude)

Dalam melakukan komunikasi sender harus mengedepankan sikap (attitude) karena sikap mempengaruhi perubahan makna dalam sebuah komunikasi.<sup>52</sup>

3) Pengetahuan (knowledge)

Merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh sender atau source tentang subyek pesan yang dikomunikasikan. Dengan adanya

---

<sup>50</sup> Rohayati Junaidi, Madiawati Mamat et.al, “Engkaulah Adiwiraku Sebagai Saluran Informasi Covid-19 Berdasarkan Model Komunikasi SMCR Berlo”, *Malaysian Journal Of Communication* 39, no.1 (April 2023) : 446. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3901-25>

<sup>51</sup> Encep Sudirjo dan Muhammad Nur Alif, *Komunikasi dan Interaksi Sosial Anak* (Bandung : Salam Insan Mulia 2021), 13. [https://books.google.co.id/books?id=gME2EAAAQBAJ&pg=PA12&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zGHHQOIbnMQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=gME2EAAAQBAJ&pg=PA12&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zGHHQOIbnMQ6AF6BAgHEAI)

<sup>52</sup> *Komunikasi dan Interaksi Sosial Anak*, 13.

pengetahuan proses komunikasi akan lebih efektif dibandingkan dengan sender yang tidak mengetahui pengetahuan. Pengetahuan disini maksudnya pengetahuan subyek bukan umum.<sup>53</sup>

4) Sistem Sosial (social systems)

Meliputi beberapa aspek sistem sosial seperti nilai-nilai, kepercayaan, agama, budaya, dan pemahaman umum terkait masyarakat. Aspek-aspek tersebut mempengaruhi sender atau source dalam mengkomunikasikan pesan.<sup>54</sup>

5) Budaya (culture)

Merupakan bagian dari masyarakat yang juga dalam sistem sosial. Latar belakang budaya mempengaruhi pembentukan dan penerimaan pesan.<sup>55</sup>

b. Message (pesan)

Message atau pesan yang dimaksud pada model komunikasi Berlo adalah substansi yang dikirimkan oleh sender atau source. Pesan yang berisi didalamnya dapat berbentuk suara, teks, video dan bentuk lainnya. Pesan bersifat informatif, edukatif, menghibur, persuasif, dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan yang disampaikan dapat berupa verbal maupun non verbal.<sup>56</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi elemen message/pesan antara lain:

1). Isi (content)

Merujuk pada materi dalam pesan merujuk untuk mengekspresikan tujuannya. Isi atau content memiliki struktur dan elemennya tersendiri.<sup>57</sup>

<sup>53</sup> Komunikasi dan Interaksi Sosial Anak, 13.

<sup>54</sup> Dodi Pramana et.al, *Budaya Organisasi* (Medan : Kreasi Grap 2021), 25.

[https://books.google.co.id/books?id=ImvFEAAAQBAJ&pg=PA25&dq=model+smcr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjB2Mmvd2BAxXcqWMGHdDhAwM4ChDoAXoECAUQAg](https://books.google.co.id/books?id=ImvFEAAAQBAJ&pg=PA25&dq=model+smcr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjB2Mmvd2BAxXcqWMGHdDhAwM4ChDoAXoECAUQAg)

<sup>55</sup> Budaya Organisasi 25.

<sup>56</sup> Herrizan Pieter, *Dasar-Dasar Komunikasi Bagi Perawat* (Jakarta : Kencana 2017), 42.  
[https://books.google.co.id/books?id=erJADwAAQBAJ&pg=PA43&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIBnMQ6AF6BAgGEAI](https://books.google.co.id/books?id=erJADwAAQBAJ&pg=PA43&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIBnMQ6AF6BAgGEAI)

<sup>57</sup> Dasar-Dasar Komunikasi Bagi Perawat, 42.

## 2). Elemen (elements)

Menyangkut beberapa hal komunikasi non verbal yakni gestur, bahasa tubuh, bahasa, dan lain sebagainya. Dalam pesan ada elemen yang melengkapai isi content atau pesan.<sup>58</sup>

## 3). Perlakuan (treatment)

Merujuk pengemasan pesan yang mencakup bagaimana pesan dikirimkan kepada peerima pesan dan efek umpan balik dari pesan tersebut. Dalam melakukan komunikasi pesan yang disampaikan tidak perlu berlebihan karena ketika berlebihan pesan tersebut akan menghambat jalannya komunikasi.

## 4). Struktur (structure)

Merujuk pada struktur pesan yang berdampak pada keefektifan pesan. Pesan bisa jadi sama namun struktur pesan yang tidak baik akan membuat pesan tidak dapat diterima oleh receiver atau penerima pesan.<sup>59</sup>

## 5). Kode (code)

Merujuk pada kode pesan dalam artian bagaimana bentuk pesan yang dikirimkan misalnya dari bahasa, gestur tubuh, musik dan budaya yang menjadi sarana komunikasi tersebut. Melalui kode-kode, dapat menerima dan memberikan pesan. Pesan akan jelas jika disampaikan dengan kode pesan yang sangat jelas.<sup>60</sup>

### c. Channel (Media atau Saluran komunikasi)

Dalam melakukan sebuah komunikasi sender atau source harus memiliki channel untuk membawa atau mengirimkan pesan yang disampaikan.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Dasar-Dasar Komunikasi Bagi Perawat, 42.

<sup>59</sup> Abdul Muhith, *Aplikasi Komunikasi Terapeutik* (Yogyakarta : Andi Offset 2018), 53.  
[https://books.google.co.id/books?id=fl9jDwAAQBAJ&pg=PA52&dq=model+smcr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwix36TevN2BAxXnxzgGHX9OBR44FBDoAXoECAUQAg](https://books.google.co.id/books?id=fl9jDwAAQBAJ&pg=PA52&dq=model+smcr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwix36TevN2BAxXnxzgGHX9OBR44FBDoAXoECAUQAg)

<sup>60</sup> Aplikasi Komunikasi Terapeutik, 53.

<sup>61</sup> Nofrion, *Komunikasi Pendidikan : Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi Dalam Pembelajaran*, (Jakarta : Kencana 2016), 35.  
<https://books.google.co.id/books?id=PnpXDwAAQBAJ&pg=PA36&dq=MODEL+KOMUNIKAS>

Faktor-faktor yang mempengaruhi elemen channel atau saluran komunikasi yakni:

- 1) Hearing: mendengarkan, yaitu menggunakan telinga untuk menerima pesan. Jadi indra pendengar ini sangat dibutuhkan pada saluran komunikasi ini. Namun untuk yang bisu dan tuli bisa menggunakan alat pendengar dan bahasa isyarat agar komunikasi berjalan efektif.<sup>62</sup>
- 2) Seeing: melihat, yaitu saluran komunikasi melalui televisi yang dapat dilihat pesan yang disampaikan yang diterima. Melalui media elektronik ini sangat bermanfaat walaupun tidak bertatap muka langsung, namun terwakilkan oleh visual yang ada dilayar televisi tersebut.<sup>63</sup>
- 3) Touching: menyentuh, yaitu sensasi sentuhan dapat digunakan sebagai sebuah saluran komunikasi, misalnya disaat membeli jajanan pasar memegang makanan tersebut masih hangat atau tidak. Dengan sentuhan motorik ini seseorang dapat merasakan apa yang membuatnya penasaran, karena dengan sentuhan akan lebih jelas bentuk tekstur, kepadatan, dan cair mengenai sesuatu.<sup>64</sup>
- 4) Smelling: mencium dapat menjadi saluran komunikasi. Misalnya ketika mencium aroma ayam goreng maka paham bahwa ada yang memasak makanan. Penciuman juga sebagai tanda seseorang dalam keadaan sehat. Karena jika sakit misalnya covid-19 dan flu akan mengurangi kemampuan penciuman.<sup>65</sup>
- 5) Tasting: merasa, indera pengecap yakni lidah juga dapat kita gunakan sebagai saluran komunikasi. Misalnya disaat mencoba mencicipi sebuah

---

[I+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiKyZqq49mBAxUd4TgGHVJXBkI4ChDoAXoECAyQAg](https://books.google.co.id/books?id=newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiKyZqq49mBAxUd4TgGHVJXBkI4ChDoAXoECAyQAg)

<sup>62</sup> Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta : Kencana 2010), 13.

[https://books.google.co.id/books?id=gOPIDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwimj8i2qOqBAxWOWjgGHY2rCKgQ6AF6BAgKEAI](https://books.google.co.id/books?id=gOPIDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwimj8i2qOqBAxWOWjgGHY2rCKgQ6AF6BAgKEAI)

<sup>63</sup> *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, 13.

<sup>64</sup> Abdul Rani Usman, *Komunikasi Strategis Indonesia-Tiongkok* (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2021), 22.

[https://books.google.co.id/books?id=xgJMEAAAQBAJ&pg=PR9&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwip5a61q-qBAxWdzTgGHSOeApg4FBD0AXoECAAsQAg](https://books.google.co.id/books?id=xgJMEAAAQBAJ&pg=PR9&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwip5a61q-qBAxWdzTgGHSOeApg4FBD0AXoECAAsQAg)

<sup>65</sup> *Komunikasi Strategis Indonesia-Tiongkok*, 22.

makanan. Lidah dapat merasakan berbagai rasa seperti; manis, pahit, asam, dan asin.<sup>66</sup>

d. Receiver (Penerima Pesan)

Receiver atau penerima pesan adalah individu yang menerima pesan dari pengirim pesan. Fungsi model komunikasi Berlo antara lain dapat digunakan dalam komunikasi publik (menyampaikan pidato), komunikasi massa dan komunikasi interpersonal.<sup>67</sup>

Sebagaimana sender/source atau sumber atau pengirim pesan, maka receiver atau penerima pesan juga memiliki berbagai elemen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni:

- 1) Keterampilan komunikasi (communication skills) merupakan kemampuan individu dalam hal ini penerima pesan atau receiver dalam menerima pesan. Keterampilan komunikasi yang dimaksud adalah kemampuan menulis, mendengar, membaca, berbicara dan lain-lain.<sup>68</sup>
- 2) Sikap (attitudes) merupakan sikap yang diberikan oleh penerima pesan sebelum dan sesudah menerima pesan.<sup>69</sup>
- 3) Pengetahuan (knowledge) merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh penerima pesan agar pesan dapat diterima dengan baik.<sup>70</sup>
- 4) Sistem sosial (social systems) meliputi nilai-nilai, kepercayaan, agama, dan lain-lain mempengaruhi penerima pesan dalam menerima pesan yang dikirim oleh pengirim pesan.<sup>71</sup>

<sup>66</sup> Komunikasi Strategis Indonesia-Tiongkok, 22.

<sup>67</sup> Agus Hendrayady et.al., *Mengenal Ilmu Komunikasi* (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2021), 108.

[https://books.google.co.id/books?id=p8DOEAAAQBAJ&pg=PA172&dq=Pengantar+Ilmu+Komunikasi+agus&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBwfPIp-qBAxXIUWwGHUHcCAAQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=p8DOEAAAQBAJ&pg=PA172&dq=Pengantar+Ilmu+Komunikasi+agus&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBwfPIp-qBAxXIUWwGHUHcCAAQ6AF6BAgHEAI)

<sup>68</sup> Elsi Setiandari Lely Octaviana, *Komunikasi Kesehatan Etika dan Konseling* (Palembang : Bening Media Publishing 2020), 89.

[https://books.google.co.id/books?id=CWsYEAAAQBAJ&pg=PA86&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-teqbo-qBAxWA-TgGHVcZBNkQ6AF6BAgNEAI](https://books.google.co.id/books?id=CWsYEAAAQBAJ&pg=PA86&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-teqbo-qBAxWA-TgGHVcZBNkQ6AF6BAgNEAI)

<sup>69</sup> Komunikasi Kesehatan Etika dan Konseling, 63.

<sup>70</sup> Komunikasi Kesehatan Etika dan Konseling, 63.

<sup>71</sup> Antoni, *Ruhnya Persimpangan Itu "Profil dan Pemikiran Para Penggagas Kajian Ilmu Komunikasi,"* (Solo : Tiga Serangkai 2004), 43.

- 5) Budaya (culture) bagian dari sistem sosial mempengaruhi penerima pesen dalam menerima pesan.<sup>72</sup>

#### D. Fungsi Model Komunikasi

Model memberi teoritisi suatu struktur untuk menguji temuan mereka dalam “dunia nyata”,<sup>73</sup> meskipun demikian model, seperti juga definisi atau teori pada umumnya tidak pernah sempurna dan final. Sehubungan dengan model komunikasi, Gordon Wiseman dan Larry Barker<sup>74</sup> mengemukakan bahwa model komunikasi mempunyai tiga fungsi: pertama, melukiskan proses komunikasi; kedua, menunjukkan hubungan visual; dan ketiga, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Model dalam konteks ilmu pengetahuan sosial mempunyai empat fungsi. Pertama, fungsi mengorganisasikan, artinya model membantu mengorganisasikan sesuatu hal secara berurut-urut atau teratur, serta mengaitkan satu sistem dengan sistem lainnya. Sehingga dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh dan tidak sepotong-potong, jadi lebih jelas. Kedua, model membantu menjelaskan, walaupun pada kenyataannya model tidak berisi penjelasan tetapi model dapat membantu menjelaskan tentang suatu penyajian informasi yang sederhana. Tanpa model, informasi tentang suatu terlihat rumit dan tidak jelas. Ketiga, fungsi “heuristik”, artinya melalui model ini dapat mengetahui informasi secara menyeluruh. Karena model membantu dengan gambar komponen-komponen pokok dari suatu sistem atau proses. Keempat, fungsi prediksi melalui model dapat memperkirakan tentang hasil atau akibat yang akan

---

[https://books.google.co.id/books?id=3DZ-kodoWeUC&pg=PA43&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiNosiJn-qBAxVhyDgGHQ\\_5AVwQ6AF6BAgFEAI](https://books.google.co.id/books?id=3DZ-kodoWeUC&pg=PA43&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiNosiJn-qBAxVhyDgGHQ_5AVwQ6AF6BAgFEAI)

<sup>72</sup> Riuhnya Persimpangan Itu “Profil dan Pemikiran Para Penggagas Kajian Ilmu Komunikasi”, 43.

<sup>73</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 122.

<sup>74</sup> Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 132.

dicapai, jadi dengan adanya model ini dapat memprediksi apa yang akan terjadi.<sup>75</sup>

### E. Sertifikasi Halal dan Sertifikat Halal

Sertifikasi halal adalah proses sertifikasi suatu produk atau layanan sebagaimana disebutkan sesuai dengan syariah. Dengan adanya sertifikasi halal ini memiliki jaminan kehalalan suatu produk sehingga konsumen muslim tidak merasa ragu untuk membelinya. Sertifikasi halal ini sebagai elemen kunci untuk meyakinkan konsumen. Karena sertifikasi halal juga adalah sebagai bentuk kredibel suatu produk yang telah terjamin keamanan dan kebersihannya.<sup>76</sup>

Sebagai terminologi hukum Islam halal ini memiliki pengertian yang berada dalam syariat islam menjadi pedoman dan tuntutan bagi umat Islam dalam mengkonsumsi, atau menggunakan produk yang terjamin kehalalannya karena di Islam halal itu sangat penting karena akan berpengaruh dengan apa yang masuk ke dalam anggota tubuh itu termasuk hal yang sudah pasti bersih dan jelas kehalalannya. Hal itu tentu saja mempengaruhi juga terhadap tingkah laku seseorang. Seperti beberapa sumber hukum Al-Qur'an yang membahas mengenai halal, yaitu; QS. Al-Baqarah (2): 168 yang artinya "Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu".<sup>77</sup>

<sup>75</sup> Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif, 62-63.

<sup>76</sup> Lendy Zelviea Adhari, *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Keberkahan Bisnis*, (Cirebon : Insania 2021), 60.

[https://www.google.com/search?sca\\_esv=570868123&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKm7rZ7kUYU8okTT5JtLJaXOHQqpBQ:1696471089996&tbm=bks&q=inauthor:%22Lendy+Zelviean+Adhari%22&sa=X&ved=2ahUKEwjp6MKI592BAxUG2DgGHAE9BwUQ9Ah6BAGMEAY&biw=360&bih=680&dpr=2](https://www.google.com/search?sca_esv=570868123&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKm7rZ7kUYU8okTT5JtLJaXOHQqpBQ:1696471089996&tbm=bks&q=inauthor:%22Lendy+Zelviean+Adhari%22&sa=X&ved=2ahUKEwjp6MKI592BAxUG2DgGHAE9BwUQ9Ah6BAGMEAY&biw=360&bih=680&dpr=2)

<sup>77</sup> Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia "Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen"*, (Depok : Rajagrafindo Persada 2017), 62. [https://books.google.co.id/books?id=WvsdEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Jaminan+Produk+Halal+di+Indonesia+%E2%80%9CPerspektif+Hukum+Perlindungan+Konsumen&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2peqrpuqBAxXSTWwGHZcxB\\_AQ6AF6BAGNEAI](https://books.google.co.id/books?id=WvsdEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Jaminan+Produk+Halal+di+Indonesia+%E2%80%9CPerspektif+Hukum+Perlindungan+Konsumen&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2peqrpuqBAxXSTWwGHZcxB_AQ6AF6BAGNEAI)

Sertifikasi halal suatu produk harus berstandar kaidah syariah. Dalam penetapan kehalalan produk, kosmetik, makanan harus bersertifikasi. Karena, berkaitan dengan sertifikasi standard halal yang digunakan harus melalui penelitian terlebih dahulu, supaya terjamin keamanannya sehingga produk itu terjamin juga kesehatannya dan bermanfaat untuk dikonsumsi, dan terhindar dari efek samping yang merugikan konsumen. Maka dari itu, harus ada lembaga yang menjamin hal tersebut.<sup>78</sup>

Sertifikat halal adalah kewenangan Kemenag serta BPJPH dalam pengajuan permohonan dan penerbitan sertifikasi halal, MUI berwenang dalam pelaksanaan fatwa halal dalam proses sertifikasi halal ini dan LPH berwenang dalam pemeriksaan dan atau pengujian kehalalan produk. Proses, tahapan dan kewenangan sertifikasi halal ini diatur dalam peraturan Menteri Agama No. 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.<sup>79</sup>

Manfaat sertifikat halal ini tidak hanya untuk konsumen melainkan terhadap produsen juga. Sehingga manfaat dirasakan oleh kedua belah pihak antara penjual dan pembeli yang hal ini merupakan tujuan dari sebuah transaksi. Manfaat ini ada atas apa yang dilakukan. Tujuan logo halal adalah untuk memberikan perlindungan terhadap hak konsumen muslim terhadap produk yang digunakan terhindar dari produk yang berbahaya atau mengandung yang tidak halal.<sup>80</sup>

Perusahaan atau pemilik usaha harus melampirkan beberapa berkas kelengkapan yang memuat keterangan mengenai perusahaan atau pemilik

<sup>78</sup> Eka Rahayuningsih dan M. Lathoif Ghozali, "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Masalah Mursalah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, No. 1 (2021) 136, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>

<sup>79</sup> Indah Fitriani Sukri, "Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal dan Produk Halal di Indonesia," *Jurnal Majalah Hukum Nasional* 5, no.1 (2021) : 75. <https://mhn.bphn.go.id>

<sup>80</sup> Maisyarah Rahmi, *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal* (Palembang : Bening Media Publishing 2021), 80. [https://books.google.co.id/books?id=ezqoEAAAQBAJ&pg=PA79&dq=sertifikat+halal&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwic95a9t9yBAxUSimMGHSpocUIQ6AF6BAGKEAI](https://books.google.co.id/books?id=ezqoEAAAQBAJ&pg=PA79&dq=sertifikat+halal&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwic95a9t9yBAxUSimMGHSpocUIQ6AF6BAGKEAI)

usaha seperti nama dan jenis produk, daftar bahan, data pelaku usaha, serta produksi (Pasal 24 UU JPH). Kelengkapan dokumen tersebut akan diperiksa oleh BPJPH. Selanjutnya dilakukan audit kehalalan oleh Lembaga Pemeriksa Halal yang telah ditunjuk oleh BPJPH. Jika ada bahan yang diragukan kehalalannya, maka dilakukan pengujian dalam laboratorium. Hasil pengujian akan disampaikan BPJPH kepada MUI untuk ditetapkan status kehalalannya melalui Sidang Fatwa Halal (Pasal 32 UU JPH). Hasil keputusan mengenai produk paling lama 30 hari kerja terhitung sejak hasil pemeriksaan kepada MUI. Sidang dihadiri oleh anggota MUI, pakar instansi terkait, dan perwakilan kementerian atau kelembagaan.<sup>81</sup>

Keputusan dalam Sidang Fatwa Halal ditanda tangani MUI kemudian diserahkan kepada BPJPH untuk bisa dikeluarkan sertifikasi halal (pasal 33 UU JPH). Sertifikasi paling cepat selama 7 hari dalam masa kerja (Pasal 35 UU JPH). Sertifikasi ini berlaku selama 4 tahun dan bisa mengajukan pembaharuan sertifikasi halal selambat-lambatnya tiga bulan sebelum masa berlaku berakhir (Pasal 42 UU JPH). Logo halal diwajibkan bagi pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikasi halal (Pasal 25 UU JPH). Logo disini memiliki kriteria bahan yang tidak mudah rusak, mudah dilihat dan tidak mudah lepas. Konsekuensi mendapatkan sertifikasi halal adalah harus selalu menjaga kehalalan produk.<sup>82</sup>

Penyelenggaraan jaminan produk halal ini tidak lepas dari campur tangan masyarakat, karena masyarakat yang skeptis akan berperan aktif ketika melihat ada produk yang beredar tidak jelas dan juga diragukan

---

<sup>81</sup> M. Guffar Harahap, et.al., *Industri Halal di Indonesia* (Banten : Sada Kurnia Pustaka 2023), 33.  
[https://books.google.co.id/books?id=NlbPEAAQBAJ&pg=PA34&dq=prosedur+sertifikasi+halal&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_nI\\_dvNyBAxXed2wGHeihD3EQ6AF6BAgKEAI](https://books.google.co.id/books?id=NlbPEAAQBAJ&pg=PA34&dq=prosedur+sertifikasi+halal&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj_nI_dvNyBAxXed2wGHeihD3EQ6AF6BAgKEAI)

<sup>82</sup> Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal Di Indonesia : Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi", *Journal Of Halal Product And Research* 2, No.2 (Desember 2019) : 73

kehalalannya. Memperhatikan logo produk, batas akhir masa berlakunya sertifikat halal serta mensosialisasikan pentingnya jaminan produk halal.<sup>83</sup>

## F. Pendamping Proses Produk Halal

Proses produk halal adalah sebuah rangkaian untuk menjamin kehalalan suatu produk mencakup penyediaan bahan, alat, penyimpanan, pengolahan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Kegiatan ini berfungsi untuk mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu bentuk fisik bahwa produk itu halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sertifikat halal ini sangat berguna untuk para pemilik usaha, karena sertifikat halal adalah bentuk kredibilitas suatu usaha untuk menyakinkan konsumen.<sup>84</sup>

Pendamping PPH ini adalah orang yang tanggung jawab terhadap PPH. Pendamping PPH ini bertanggung jawab dalam proses verifikasi dan validasi pada proses sertifikasi halal. Selain itu pendamping PPH harus memenuhi syarat yaitu; Warga Negara Indonesia (WNI), berwawasan luas, beragama Islam, dan memahami syariat mengenai kehalalan produk, memiliki sertifikat pelatihan pendamping PPH, berpendidikan paling rendah SMA/MA sederajat.<sup>85</sup>

Fasilitator adalah orang yang menyediakan berbagai lingkungan untuk belajar menghadapi, untuk belajar dan melengkapi berbagai sumber yang membantu peserta untuk belajar dan melengkapi berbagai sumber yang membantu peserta untuk belajar. Seorang fasilitator bukanlah penyuluh atau juru penerang yang merupakan petugas penyampai informasi dari

<sup>83</sup> Syafrida, "Peran Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal di Indonesia", *Journal Of Law* 2, no.1 (Maret 2020) : 174. [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrKCbXCWxxlo4kYvJXLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zA.zQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696386115/RO=10/RU=http%3a%2f%2fjournal.unas.ac.id%2flaw%2farticle%2fview%2f817/RK=2/RS=qD.YlnR65a4mzCA3.cukEJZBD9w-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKCbXCWxxlo4kYvJXLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zA.zQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696386115/RO=10/RU=http%3a%2f%2fjournal.unas.ac.id%2flaw%2farticle%2fview%2f817/RK=2/RS=qD.YlnR65a4mzCA3.cukEJZBD9w-)

<sup>84</sup> Musyfikah Ilyas, "Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat," *Jurnal Al-Qadau* 4, no.2 (Desember 2017) : 367. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/al-qadau/article/view/5682>

<sup>85</sup> Vika Fitriyani Utami, "Tinjauan Maslahat Terhadap Pendamping Proses Produk Halal di PHC (Ponorogo Halal Center) IAIN Ponorogo" (S.E. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), 40-41.

lembaga formal (pemerintah). Fasilitator adalah orang yang bertugas mengelola proses dialog, untuk mendukung kegiatan belajar mengajar agar peserta dapat mencapai tujuan belajarnya, mendorong peserta untuk belajar untuk percaya diri dalam menyampaikan pengalaman dan pikirannya mengajak peserta untuk mendengarkan dan kemudian dipraktekkan.<sup>86</sup>



---

<sup>86</sup> Bambang Sugiyono dan Susy Setiawati, *Becoming an Agile Facilitator (Menjadi Fasilitator Lincah dan Tangkas)*, (Malang 2022), 5. [https://books.google.co.id/books?id=ViaeEAAAQBAJ&pg=PA83&dq=teori+fasilitator&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi-95Xk-9uFAxXhSGcHHahMDn44ChDoAXoECAyQAg](https://books.google.co.id/books?id=ViaeEAAAQBAJ&pg=PA83&dq=teori+fasilitator&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi-95Xk-9uFAxXhSGcHHahMDn44ChDoAXoECAyQAg)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Berdasarkan pendekatan tersebut, metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Metode kualitatif sendiri dikembangkan pada awal abad ke-20. Ini memiliki gaya, asumsi teoretis, paradigmatikanya sendiri dan berbeda dari metode penelitian kuantitatif. Metode kualitatif dipengaruhi oleh paradigma Weber naturalistik-interpretif, perspektif kelompok teori kritis postpositivis, dan postmodernisme seperti yang dikembangkan oleh Baudrillard, Lyotard, dan Derrida.<sup>87</sup>

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi . Fenomenologi secara etimologis berasal dari kata fenomena dan logos. Fenomena berasal dari kata kerja Yunani “phainesthai” yang berarti menampak dan berbentuk dari akar kata fantasi, fantom, dan fosfor yang artinya sinar atau cahaya. Secara harfiah fenomenologi dapat diartikan sebagai gejala atau sesuatu yang menampakkan. Fenomenologi secara umum dapat diartikan sebagai pendekatan yang dipergunakan untuk membantu memahami berbagai gejala atau fenomena sosial yang ada di masyarakat.<sup>88</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Untuk melakukan penelitian memerlukan data yang akurat adapun lokasi penelitian ini yaitu Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Jl. Ahmad Yani No.40A, Kec. Purwokerto, Kab. Banyumas, Jawa Tengah 53126.

---

<sup>87</sup> Cresswell, J.W., *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*, London: SAGE Publication, International Educational and Professional. (1994), 183.  
<https://www.google.co.id/search?hl=id&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22John+W.+Creswell%22>

<sup>88</sup> Ardin Alfaruk Budiarko, “*Fenomenologi Mahasiswa Sebagai Entrepreneur Di Kota Pekanbaru (Teori Fenomenologi Alfred Schutz)*”, (S.I.Kom Skripsi, Universitas Islam Rian Pekanbaru, 2021).

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian Menurut Tatang M. Amirin, adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau lebih tepat dimaknai sesuatu atau seseorang yang dengannya memperoleh keterangan. Sedangkan Muhammad Idrus mendefinisikan subjek penelitian sebagai individu, benda, organisme, yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.<sup>89</sup>

Pada penelitian ini peneliti menjadikan Ketua Halal Center, Kepala Divisi SERH (Sosialisasi, Edukasi, dan Riset Halal), Pendamping PPH yang aktif dan Pendamping PPH yang tidak aktif sebagai narasumber untuk memperoleh informasi yang terpercaya.

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian adalah orang dalam pada latar penelitian yang menjadi sumber informasi. Sehingga disini informan atau nara sumber memiliki pengetahuan yang luas tentang objek yang diteliti. Subjek penelitian juga dapat diartikan sebagai orang yang dimanfaatkan dalam memberikan informasi tentang situasi atau kondisi latar penelitian. Untuk menentukan siapa yang dipilih menjadi subjek penelitian, penelitian kualitatif menggunakan kriteria berikut: (1) mereka sudah cukup lama dan intensif menyatu dalam kegiatan atau bidang yang menjadi kajian penelitian; (2) mereka terlibat penuh dalam bidang atau kegiatan tersebut; dan (3) mereka memiliki waktu cukup waktu untuk dimintai informasi.<sup>90</sup>

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal. Menurut Supranto

---

<sup>89</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin : Antasari Press 2021), 61. [https://books.google.co.id/books?id=IinKEAAQBAJ&pg=PR1&dq=pengantar+metodologi+penelitian+Rahmadi&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwil4afIkuiBAxXWZmwGHQxxBH4Q6AF6BAgNEAI](https://books.google.co.id/books?id=IinKEAAQBAJ&pg=PR1&dq=pengantar+metodologi+penelitian+Rahmadi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwil4afIkuiBAxXWZmwGHQxxBH4Q6AF6BAgNEAI)

<sup>90</sup> Mila Sari, Tri Siswati et.al, *Metodologi Penelitian* (Sumatera Barat 2022), 104. [https://www.google.com/search?sca\\_esv=570824042&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKnmSjnlxc2USS1VFURXQCjBvLegjQ:1696470292467&tbm=bks&q=inauthor:%22Arico+Ayani+Suparto%22&sa=X&ved=2ahUKEwil252p5N2BAxWp2DgGHb4QCxUQ9Ah6BAgNEAg&biw=360&bih=680&dpr=2](https://www.google.com/search?sca_esv=570824042&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKnmSjnlxc2USS1VFURXQCjBvLegjQ:1696470292467&tbm=bks&q=inauthor:%22Arico+Ayani+Suparto%22&sa=X&ved=2ahUKEwil252p5N2BAxWp2DgGHb4QCxUQ9Ah6BAgNEAg&biw=360&bih=680&dpr=2)

objek penelitian adalah himpunan atau elemen yang berupa orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti.<sup>91</sup>

#### **D. Sumber Penelitian**

- 1) Sumber Primer adalah data dari sumber pertama data ini tidak berbentuk terkompilasi file-file. Data ini harus diambil atau dicari dari narasumber atau dalam istilah ilmiah dinamakan responden yaitu orang yang dijadikan sebagai objek penelitian.
- 2) Sumber Sekunder adalah data yang diambil tidak langsung dari sumbernya melainkan dari sebuah perantara seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen.<sup>92</sup>

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan tiga metode dalam penelitiannya, yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

##### **1) Wawancara**

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana wawancara dapat diartikan sebagai (interview), adalah suatu kejadian suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (interviewee) melalui komunikasi langsung.<sup>93</sup>

Wawancara dilakukan antara lain kepada : (1) Dani Kusumastuti, S.E., M.Si. dalam wawancara ini berisi awal mula berdirinya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan dapat bertahan sampai saat ini.(2) Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si. yang berisi pertanyaan sebagai berikut: jelaskan secara singkat mengenai halal center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

<sup>91</sup> Dudik Ariawan, Wayan Sudiarta, dan Ketut Sudita, "Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada," *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 9, no.2 (2019): 71, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>

<sup>92</sup> Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no.2 (Agustus 2017): 211-212.

<sup>93</sup> Iryana, Risky Kawasati, "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif", 4.

Purwokerto dan tahapan-tahapan dalam sertifikasi halal.(3) Septi yang berisi mengenai alasan menjadi pendamping PPH di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.(4) Nur Atikadewi yang berisi alasan berhenti menjadi pendamping PPH di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## 2) Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi ini berbeda dari teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Karena didalam melakukan pengumpulan data dengan teknik ini dapat mencium, melihat gestur, mendengar, meraba, dan merasakan fakta-fakta yang ada dilapangan. Para ilmuwan pun kebanyakan melakukan penelitian melalui observasi. Hampir semua orang melakukan observasi dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari. Namun observasi penelitian dengan observasi dalam pengamatan sehari-hari berbeda karena dilakukan tidak dalam konteks ilmiah. Dalam observasi prosesnya harus dilakukan secara runtun. Peneliti menghimpun data sesuai dengan rumusan masalah.<sup>94</sup>

Observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.<sup>95</sup>

<sup>94</sup> M. Sobry Sutikno dan Prosmala Hadisaputra, *Penelitian Kualitatif* (Lombok : Holistica Lombok, 2020). 103.

<sup>95</sup> Bungin dan M. Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007). 23.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebagai instrumen pengumpulan data karena memuat catatan dari berbagai peristiwa di masa lalu dalam berbagai bentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental. Dokumentasi dalam bentuk tulisan yaitu berisi catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, cerita, kebijakan dan peraturan. Dokumentasi dalam bentuk gambar adalah suatu dokumentasi dalam bentuk gambar, foto, sketsa, film, video, CD/DVD. Dokumentasi dalam bentuk karya-karya momentum adalah berisi karya seni, patung, seni lukis, prasasti, naskah dan lainnya.<sup>96</sup>

### F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, yang menurut Miles dan Huberman menggunakan analisis interaktif nonlinier, penelitian kualitatif memiliki hal-hal sebagai berikut:

1. Pengumpulan data merupakan bagian penting dari kegiatan analisis data. Karena ini adalah awal dari proses analisis interaktif maka diperlukan persiapan secara matang agar tidak terjadi kekeliruan dalam membuat penelitian.<sup>97</sup>
2. Reduksi data adalah upaya untuk memperoleh data dan mengorganisasikan data tersebut ke dalam unit-unit konseptual tertentu. Hasil reduksi data itu sendiri dapat berupa sketsa, sinopsis, matriks dan bentuk lainnya, sehingga tentu saja dalam membuat reduksi data ini salah satu upaya agar tidak menyimpan data yang tidak penting didalamnya dalam prosesnya reduksi data itu selektif.<sup>98</sup>
3. Penarikan kesimpulan adalah suatu usaha dalam menarik benang merah pada satu titik yang ada dalam data tersebut. Penarik kesimpulan disini masih bersifat sementara pada tahap awal, dan jika

---

<sup>96</sup> Endah Marendah Ratnaningtyas, et.al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 25.

<sup>97</sup> Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Jurnal Alhadharah*, No. 33 (Juni 2018): 83.

<sup>98</sup> Analisis Data Kualitatif, 83.

ditemukan bukti-bukti pada saat peneliti ke lapangan maka kesimpulan tersebut bersifat kredibel. Kredibel ini adalah bahwa data tersebut dapat dipercaya.<sup>99</sup>

4. Validasi data adalah hasil akhir dari penelitian dengan melakukan tindakan validasi data. Dengan melakukan penyederhanaan data agar mudah dimengerti.<sup>100</sup>



---

<sup>99</sup> Muh Fitrah, dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, (Sukabumi : CV Jejak 2017), 86  
[https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&pg=PA85&dq=analisis+data+kualitatif+menurut+miles+dan+huberman&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjUzM2Vq9yBAxU7yDgGHXIMAHAQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&pg=PA85&dq=analisis+data+kualitatif+menurut+miles+dan+huberman&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjUzM2Vq9yBAxU7yDgGHXIMAHAQ6AF6BAgHEAI)

<sup>100</sup> Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas dan Studi Kasus, 86.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah sebuah lembaga yang menjadi pusat kajian dan lembaga pengembangan yang ada di kampus UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang memfasilitasi pendamping proses produk halal. Fasilitator merupakan agen pembangunan yang bertugas untuk mendampingi masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Fasilitator mempunyai tanggung jawab untuk membimbing, membina, dan mengarahkan masyarakat dalam mengorganisir suatu kelembagaan masyarakat yang kuat.

##### **1. Sejarah Berdirinya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Latar belakang berdirinya halal center karena berdasarkan Undang-Undang NO.33 tentang jaminan produk halal yang berlaku sejak 2014 dibawah naungan Penjaminan Produk Halal, Undang-Undang sebagai dasar hukum atau sumber hukum dalam produk halal. Selain itu Undang-Undang tersebut berfungsi untuk melindungi umat Islam. Karena pada dasarnya substansinya karena banyak produk yang beredar dimasyarakat yang belum jelas kehalalannya. Sehingga hal ini sangat berpengaruh juga terhadap jaminan produk halal terhadap konsumen. Berdasarkan pasal 4 juga menyatakan “produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”.

Konsultasi dapat melalui WhatsApp grup untuk informasi terbaru baik peraturan maupun mengenai tugas-tugas dari pendamping PPH. Halal center didirikan sejak tahun 2021, namun belum terlalu aktif karena terkendala covid-19. Sedangkan Ibu Dani dilantik menjadi ketua halal center pada tahun 2022.

Kampus juga harus berperan karena dilihat dari tri dharma perguruan tinggi “kita bisa mengembangkan warga masyarakat untuk mendukung penyelenggaraan jaminan produk halal. Selain itu mahasiswa yang mengikuti memiliki kompetensi lebih menjadi orang yang memahami tentang produk halal, bahan halal, proses produk halal, terkait produk halal meningkat.

Dalam waktu singkat selama setahun itu Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berhasil memfasilitasi empat kali pelatihan secara mandiri, baik secara offline maupun online dalam upaya untuk mencetak pendamping PPH. Jumlah pendamping yang berhasil mendapatkan no.registered ada 362 dalam pelatihan secara mandiri, dan mendapatkan orang yang telah dilatih dari BPJPH PUSAT 76 dan ditambah beberapa orang lagi dari penyuluh agama islam dan guru madrasah menjadi 632 orang.<sup>101</sup>

Adapun kendala halal center sebagai fasilitator pendamping produk halal antara lain:

1. Motivasi yang ikut pelatihan, karena mahasiswa itu lebih karena mendapatkan sertifikat. Setelah udah lulus tidak aktif, padahal jika aktif dan mendapatkan klien mahasiswa tersebut akan mendapatkan fee.
2. Ada yang pas awal masuk semangat, namun kemampuan sistem pengajuan produk halal kurang karena gaptek (gagap teknologi).
3. Sebagai fasilitator harus telaten menjawab pertanyaan yang sebenarnya dilatihkan waktu pelatihan, bahkan ada yang menghubungi lewat jalur pribadi, padahal di grup sudah ada pertanyaan yang sama, tetapi karena males scroll atau apa jadi banyak yang kurang telaten untuk membuka materi yang telah dilatihkan dan enggan untuk mempraktekkan. Kesungguhan,

---

<sup>101</sup> Hasil wawancara dengan Dani Kusumastuti selaku ketua Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2 Maret 2023 pukul 10.00

ketelatenan, dan ketelitian adalah hal yang mesti dimiliki pendamping PPH agar tidak keliru ketika mengisi data.

Halal center menjadi pendamping terbanyak kedua sejateng setelah UIN Walisongo. Hal itu bukan hanya sebagai prestasi melainkan karena timnya yang berisi dosen-dosen semangat dan senang dalam mencetak SDM walaupun tidak dapat gaji. Uin saizu kalah dengan uin walisongo karena motivasi jadi pendamping. Bahkan saat ini halal center telah memberikan sekitar 100 juta membayar kepada pendamping PPH.

Upaya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menjadikan Pendamping Proses Produk Halal terbanyak kedua se-Jawa Tengah yaitu : Tim Dosen melakukan sosialisasi, kepanitiaan, dan telaten dalam mendampingi pendamping PPH bahkan disaat mereka bingung mengenai sistem yang ada pada proses sertifikasi halal.

Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terus mengayomi pendamping proses produk halal walaupun dari 300 orang yang dilantik dan yang aktif kurang dari 100 orang tetapi mereka totalitas. Bahkan ada pendamping yang mendapatkan 12 Juta selama tiga bulan, jadi setiap satu sertifikat dihargai Rp. 150.000, Selain itu menjadi pendamping PPH sebagai upaya syiar halal, dakwah halal dan jihad halal untuk dunia dan akhirat dapat. Karena sebelumnya para pemilik usaha tidak mengerti produk halal, yang diketahuinya hanya mengenai produk yang penting tidak pakai babi.

Padahal turunan dari babi yang lain bisa ada di menteganya, di sosisnya, di kuasnya dan prosesnya juga harus higienis. Menjadi pendamping PPH juga harus selalu aktif karena jika tidak aktif selama 2 tahun, maka no.registernya dicabut. Ketika no.register dicabut maka pendamping tersebut jika tetap melakukan tugasnya menjadi orang yang membantu pemilik usaha dalam mendapatkan

sertifikat halal tidak mendapatkan honor atau dibayar dari usahanya tersebut.<sup>102</sup>

## **2. Tugas Pusat Kajian dan lembaga pengembangan (Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Dalam melaksanakan tugasnya fasilitator bertugas untuk :

1. Menerapkan aturan main dalam daerah dampingan.
2. Melaksanakan kegiatan sesuai dengan prosedur yang ditentukan oleh petunjuk teknis.
3. Menangani masalah, pelatihan, penguatan kelompok. Tugas-tugas tersebut mengharuskan fasilitator untuk berinteraksi aktif dengan masyarakat.

Bentuk-bentuk interaksi yang dilakukan fasilitator UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah dengan komunikasi tatap muka dan melalu media sosial. Komunikasi tatap muka dilakukan secara formal dan informal. Secara formal biasanya dilaksanakan di forum rapat atau pelatihan pendampingan proses produk halal atau saat melakukan sosialisasi pentingnya produk halal kegiatan itu melibatkan seluruh lapisan masyarakat dalam wilayah dampungannya. Komunikasi non formal biasanya melalui aplikasi WhatsApp dan aplikasi Instagram. Komunikasi yang dilakukan pun bisa secara kelompok atau grup dan melakukan komunikasi secara persona. Interaksi komunikasi yang aktif antara fasilitator dan masyarakat dapat diukur dari intensitas komunikasi tatap muka yang dilakukan dan akses untuk melakukan komunikasi.

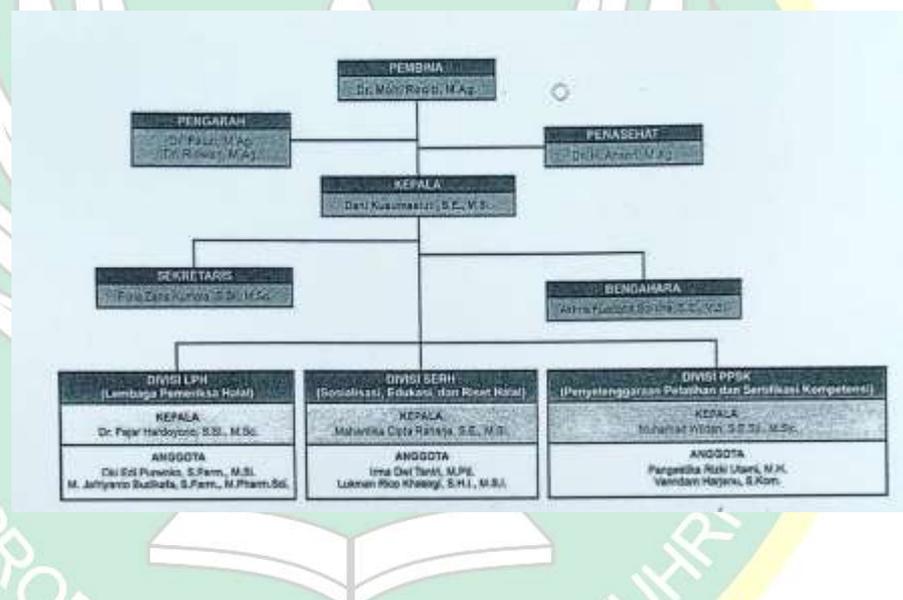
---

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Dani Kusumastuti selaku ketua Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2 Maret 2023 pukul 10.00

**3. Jumlah Pendamping dan pemilik usaha yang telah tersertifikasi oleh Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Pendamping sendiri terdiri atas mahasiswa , alumni UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, dan penyuluh agama dan pegawai kemenag. Pendamping berjumlah 785 orang, dari tahun 2022-2023. Sehingga Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ini menjadi pendamping PPH terbanyak kedua sejateng setelah Walisongo. Sedangkan pemilik usaha yang mendapatkan sertifikat halal berjumlah 10.000 orang.

**4. Struktur Organisasi Tim Pengelola Halal Center : “Pusat Kajian dan Pengembangan Halal Tahun 2022**



Tabel 4.1 Strktur Organisasi Tim Pengelola Halal Center: “Pusat Kajian dan Pengembangan Halal Tahun 2022.

NO	NAMA	JABATAN	
		DAI-AM DINAS	DAI-AM ORGANISASI
1.	Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag	Rektor	Pembina
2.	Dr. Fauzi, M.Ag	Wakil Rektor 1	Pengarah

3.	Dr. Ridwan, M.Ag	Wakil Rektor 2	Pengarah
4.	Dr. H. Ansori, M,Ag	Ketua LPPM	Penasehat
5.	Dani Kusumastuti, SE, M.Si	Dosen FEBI	Kepala
6.	Fitri Zana Kumala, S.Si, M.Sc	Dosen FTIK	Sekretaris
7.	Akhris Fuadatis Solikha, SE, M.Si	Dosen FEBI	Bendahara
8.	Dr. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc	Dosen FTIK	Kepala Divisi LPH
9.	Oki Edi Purwoko, S.Farm, M.Si	Dosen F.Dakwah	Anggota Divisi LPH
10.	Muhammad Jefriyanto Budikafa, S.Farm., M.Pharm.Sci	Dosen FEBI	Anggota Divisi LPH
II.	Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si	Dosen FEBI	Kepala Divisi Sosialisasi, Edukasi dan Riset Halal
12.	Irma Dwi Tantri, M.Pd	Dosen FTIK	Anggota Divisi Sosialisasi, Edukasi dan Riset Halal
13.	Lukman Rico Kashogi, S.H.I., M.S.I.	Dosen Fasya	Anggota Divisi Sosialisasi, Edukasi dan Riset

			Halal
14.	Muhammad Wildan, S.Esy, M.Sy	Dosen FEBI	Kepala Divisi Penyelenggaraan Pelatihan dan Sertifikasi Kom etensi
15.	Pangestika Rizki Utami, M.H.	Dosen Fasya	Anggota Divisi Penyelenggaraan Pelatihan dan Sertifikasi Kom etensi
16.	Vandam Harjanu, S.Kom	Staf	Anggota Divisi Penyelenggaraan Pelatihan dan Sertifikasi Kom etensi

## 5. Informan Penelitian

Tabel 4.2 Informan Penelitian

No	Nama	Kategori Informan	Jenis Kelamin
1.	Dani Kusumastuti, SE, M.Si	Ketua Halal Center Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto	P
2.	Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si	Kepala Divisi Sosiatisasi, Edukasi dan Riset Halal	L
3.	Septi	Pendamping Proses Produk Halal yang masih aktif	P
4.	Nur Atikadewi	Pendamping Proses Produk Halal yang tidak aktif	P

## 6. Hasil Penelitian

Modifikasi Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal yang menggunakan Model Komunikasi SMCR David Kenneth Berlo.

S ource	M essage	C hannel	R eceiver
Keterampilan Komunikasi	Isi	Melihat	Keterampilan Komunikasi
Sikap	Perlakuan	Mendengar	Sikap
Pengetahuan	Kode		Pengetahuan
Sistem Sosial			Sistem Sosial
Budaya			Budaya

Gambar 4.1 Modifikasi Model Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Model Komunikasi ini pada dasarnya hampir sama persis dengan model komunikasi SMCR Berlo, namun ada beberapa hal yang tidak dimasukkan kedalam model ini, sehingga tidak selengkap dengan model sebelum dimodifikasi. Model modifikasi ini lebih sesuai dengan model komunikasi yang terjadi pada Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Pada model ini masing-masing sudah tertera dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Dimulai dari source yaitu pengirim pesan, message yaitu pesan, channel yaitu perantara, dan receiver yaitu penerima pesan. Pengirim pesan dari Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, pendamping proses produk halal. Pesan yang berhubungan dengan sertifikasi halal, channel atau perantara berasal dari media sosial yakni instagram halal center, WhatsApp antara pendamping dan halal center, Youtube yang berisi tentang pembahasan sertifikasi halal. Receiver ini penerima pesannya yakni pendamping proses produk halal dan juga pemilik usaha.

#### a. Kegiatan Yang Dilakukan Pada Saat Pelatihan Pendamping Proses Produk Halal

Ketika ditetapkan sebagai LP3H yang telah ditetapkan oleh BPJPH memiliki kewajiban melatih pendamping. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pada pendamping, ketika halal center ditetapkan sebagai LP3H oleh BPJPH halal center memiliki kewajiban melatih pendamping karena nanti ketika sudah ada pendamping ditarget untuk mendampingi pelaku usaha. Kemudian harus bisa mendampingi sehingga dapat memperoleh nomor registrasi yang dimiliki pendamping setelah mengikuti pelatihan. Karena tuntutan itu halal center mengadakan pelatihan. Untuk pelatihan tidak ada kepastian untuk berapa kali dalam setahun, hanya saja halal center sudah menargetkan untuk membuat suatu pelatihan, pelatihan sendiri selama 3 hari, pelatihan sudah dilakukan sekitar 4 kali online dan offline. Pendamping PPH sendiri membuat acara sendiri setelah mendapat pelatihan mulai dari penyuluh agama sampai melibatkan pendamping PPH.

Adapun kegiatan yang dilakukan pada pelatihan pendamping antara lain:

Self declare (deklarasi mandiri) adalah pelaku UMKM dapat menyatakan produknya halal yang ditetapkan oleh BPJPH. Namun meskipun demikian ada persyaratan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Kaidahnya jelas, yang haram jelas dan yang halal jelas. Hanya produk yang beresiko rendah (low risk) dan tanpa resiko (no risk) yang boleh dilakukan self declare.

Penjual buah adalah salah satu UMKM yang jelas tanpa resiko (no risk), dan penjual pisang goreng yang jelas halal minyaknya dan hal pisangnya sehingga ini termasuk rendah resiko (low risk). Kalau yang bukan rendah resiko (low risk) dan tanpa resiko (no risk) tidak boleh melakukan self declare karena hal itu sangat beresiko. Untuk memudahkan pelaku usaha semua produk dengan self declare wajib mengikuti mekanisme yang telah ditetapkan oleh BPJPH.<sup>103</sup>

---

<sup>103</sup> Farid Wajdi, Diana Susanti, Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2021), 110.  
<https://books.google.co.id/books?id=4aJOEAAAQBAJ&pg=PA110&dq=self+declare+sertifikasi+>

Self declare memiliki beberapa tahapan yang harus dipenuhi oleh pemilik usaha untuk memenuhi syarat bahwa pemilik usaha tersebut termasuk UMKM yang dapat melakukan sertifikasi halal dengan cara self declare. Seperti halnya wawancara yang dilakukan peneliti dengan Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si (Kepala Divisi Sosialisasi, Edukasi dan Riset Halal).

“Cara-cara tahap-tahap produk yang termasuk kedalam kriteria self declare adalah: Pengajuan ke BPJPH tergantung jalur reguler (LPH) atau self declare. Kalo PPH pakanya self declare. Pihak usaha ke BPJPH, Memilih didampingi oleh siapa, Pendamping PPH harus berada didalam satu lembaga namanya lembaga LP3H, Proses Verifikasi dan Validasi, Masuk Fatwa komisi fatwa (regular) komite fatwa (self declare), dan Setelah komite memutuskan tidak ada gangguan syariat. Dikembalikan ke BPJPH untuk menerbitkan sertifikat, melalui sistem melalui download”.

Hal-hal apa saja sih yang dijelaskan pada saat mengikuti Pelatihan Pendamping Proses Produk Halal, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Nuratika Dewi (pendamping PPH yang sudah tidak aktif).

“Ya dijelaskan cara-cara gimana produk itu boleh disertifikasi, seperti bahan-bahan apa saja, cara tahap-tahapannya”.

Cara Pendaftaran Pendamping Proses Produk Halal

#### 1. Buka Website Sihalal



Gambar 4.2 Cara Pendaftaran Pendamping Proses Produk Halal



2. Kemudian Pilih Pada Type Of User “Pelatihan Pendamping PPH”



3. Setelah Pilih Type Of User, Isi identitas sesuai dengan kolom kemudian klik send



4. Setelah Registrasi Selesai Kemudian Pilih “click here to return to login page”



5. Isi Email/Username dan password yang sesuai dengan awal pendaftaran tadi, kemudian klik Login



6. Setelah berhasil masuk, klik setting kemudian pilih profile, kemudian akan muncul tampilan seperti ini



7. Isi sesuai dengan keterangan dan perhatikan format pada setiap dokumen agar tidak gagal menyimpan



8. Pada kolom Asal Unit Kerja/Madrasah pilih Universitas, Kemudian pada Nama Universitas pilih UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto



9. Setelah selesai mengisi dan sesuai dengan kolom keterangan kemudian klik simpan perubahan dengan mengklik “Ya”<sup>104</sup>



<sup>104</sup> Halal Center UIN Saizu Purwokerto (@Saizu.halalcenter)” Prosedur Pendaftaran Pendamping Proses Produk Halal (P3H) Bagi Mahasiswa UIN Saizu Purwokerto 14 Desember 2023,

<https://www.instagram.com/p/CpEMB1JPx13/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

b. Dasar Halal dan Haram

Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan dalam syariat islam, sedangkan haram adalah segala sesuatu yang dilarang dalam syariat islam. Status dalam ini melekat pada suatu benda atau perbuatan. Ada perbuatan yang dilarang dalam syariat islam dan ada makanan yang dilarang dikonsumsi dalam syariat islam. Jika dikaitkan dengan makanan dan minuman halal maka itu adalah makanan atau minuman yang halal diperbolehkan oleh syariat Islam untuk mengkonsumsinya.

Makanan dan minuman haram adalah yang dilarang oleh syariat Islam dan bagi pelakunya mendapatkan dosa. Pada hakikatnya yang menghalalkan dan mengharamkan adalah Allah SWT, yakni as-syari. Hanya Allah SWT yang berhak menetapkan sesuatu itu halal dan haram. Adapun peran Ulama hanya sebatas merumuskan, menjabarkan, dan menyampaikan.

Bagi seorang yang mematuhi ketetapan Allah SWT adalah suatu bentuk kepatuhan, meskipun kepatuhan hanya berdasarkan keyakinan tanpa mengetahui atas hikmah yang ditetapkan oleh Allah SWT. Makanan atau minuman haram yang dikonsumsi berpengaruh dalam aspek kehidupan secara luas, diantaranya sebagai berikut:

- a. Merupakan dosa
  - b. Membahayakan tubuh yakni merusak pertumbuhan fisik dan akal
  - c. Mempengaruhi sifat dan perilaku manusia
  - d. Menjadi penyebab ditolaknya ibadah dan do'a<sup>105</sup>
- c. Cara penggunaan aplikasi si halal
- a. Pembuatan akun pelaku usaha dengan cara buka aplikasi si halal, lalu klik create an account



Gambar 4.3 Cara penggunaan aplikasi si halal

<sup>105</sup> Sukoso, et.al, Ekosistem Industri Halal (Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020), 7.

[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrPoZB3BIFljW8pDnjLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1702982904/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.bi.go.id%2fid%2fedukasi%2fDocuments%2fEKOSISTEM%2520HALAL%25202020.pdf/RK=2/RS=VjVNdDQyQTWTJ.9QsKwVMrk0zHc-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPoZB3BIFljW8pDnjLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1702982904/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.bi.go.id%2fid%2fedukasi%2fDocuments%2fEKOSISTEM%2520HALAL%25202020.pdf/RK=2/RS=VjVNdDQyQTWTJ.9QsKwVMrk0zHc-)

- b. Selanjutnya masih proses pengisian data untuk akun pelaku usaha
- 1) Pilih tipe penggunaanya “Pelaku Usaha ? Business Actor/ Importer
  - 2) Isikan nama pelaku usaha
  - 3) Isikan email aktif
  - 4) Tentukan passwordnya
  - 5) Isian ulang passwordnya
  - 6) Klik send



- c. Login dengan klik
- a) Isikan user id/ emailnya
  - b) Isikan Passwordnya
  - c) Klik login



- d. Cara Pendamping Proses Produk Halal Dalam Mencari Pemilik Usaha Yang Ingin Didampingi

Untuk proses dalam mencari pemilik usaha untuk didampingi setiap pendamping memiliki cara tersendiri. Namun yang paling mudah mendapatkan adalah para alumni yang memiliki relasi dengan

para pemilik UMKM. Karena dengan hal itu banyak para pemilik UMKM yang ingin didampingi.

Pendamping yang masih berstatus mahasiswa memiliki cara tersendiri untuk mendapatkan pemilik usaha yang bersedia didampingi dalam pembuatan sertifikat halal seperti wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan pendamping proses produk halal yaitu Septi.

“Banyak cara yang dilakukan yaitu dari rumah ke rumah, mendatangi pasar, keliling pada saat jalan dan jajan atau bahkan ada pemilik usaha yang datang sendiri”.

Pendamping Proses Produk Halal harus memiliki skill yang berpengaruh untuk melaksanakan proses sertifikasi halal sehingga dengan adanya skill itu proses sertifikasi halal lebih mudah. Seperti halnya wawancara yang dilakukan peneliti dengan Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si (Kepala Divisi Sosiatisasi, Edukasi dan Riset Halal).

Adapun menjadi pendamping harus memiliki 2 skill, yaitu sosialisasi dan teknologi informasi. Sosialisasi adalah proses transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari generasi satu ke generasi lainnya dalam suatu kelompok masyarakat. Sedangkan teknologi informasi didefinisikan oleh Information Technology Association Of America (ITAA) adalah studi, desai, pengembangan, implementasi, dukungan, atau manajemen berbasis komputer, sistem informasi khususnya *software* (perangkat lunak) dan *hardware* (perangkat keras) komputer.<sup>106</sup> Kemampuan sosialisasi dan mengaplikasikan teknologi informasi saling berhubungan karena jika hanya menguasai salah satunya ketimpangan didalamnya. Maka dari itu sebelum mengabdikan diri menjadi pendamping proses produk halal harus belajar dua skill yaitu kemampuan sosialisasi dan teknologi informasi.

---

<sup>106</sup> Henti Kresdiana, Transfer Pengetahuan Kemampuan Berinovasi dan Kinerja Organisasi (Suatu Kajian Empiris), (Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2013), 39.  
[https://books.google.co.id/books?id=5djDwAAQBAJ&pg=PA34&dq=sosialisasi+dan+Teknologi+informasi&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKewjBupmQ94aDAXKa2wGHWYkD0c4ChDoAXoECAkQAQg](https://books.google.co.id/books?id=5djDwAAQBAJ&pg=PA34&dq=sosialisasi+dan+Teknologi+informasi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKewjBupmQ94aDAXKa2wGHWYkD0c4ChDoAXoECAkQAQg)

e. Manfaat Adanya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Adapun manfaat halal center bagi pendamping antara lain:

- a. Bagi yang suka dengan UMKM hal itu menjadi perluasan, bagaimana memastikan umkm produknya halal
- b. Menjadi pekerjaan baru, satu kali dampingan dihonor pemerintah Rp.150.000 dipotong pajak (PPH/PPN), sekitar dapat Rp.147.000 Secara karier ketika sudah pernah jadi pendamping disarankan ikut menjadi penyelia halal (orang yang bertanggung jawab atas produk halal di ).

Penyelia halal ada dua grade: penyelia halal yang diakui BPJPH (1,6 jt) atau yang diakui BPJPH + Kompeten LSP (3,4jt). Profesi yang masih was-was atau masih belum bisa dijadikan sebagai pekerjaan tetap yang diutamakan, melainkan baru dapat dijadikan pekerjaan sampingan.

Adapun manfaat Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto bagi pelaku usaha antara lain:

- a. Yaitu memudahkan pelaku usaha dalam memiliki sertifikasi halal
- b. Mendapat pengetahuan mengenai sertifikat halal yang dalam proses penyebaran ada syi'ar halalnya agar para pelaku usaha yakin.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Unsur-Unsur Komunikasi Pada Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

#### a. Pengirim Pesan

Pengirim pesan dalam komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal adalah Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Namun berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan bahwa Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin

Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal dapat menjadi penerima pesan dan pengirim pesan. Tetapi yang paling banyak melakukan pengiriman pesan adalah Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto karena sebagai lembaga yang memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal. Seperti halnya interaksi antara Informan (Ketua Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto) sebagai pengirim pesan dan penerima pesan dari pendamping proses produk halal.

“Sebagai Lembaga yang memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melakukan beberapa tindakan antara lain : mencetak Sumber Daya Manusia (SDM) Pendamping Proses Produk Halal, membina atau tempat konsultasi untuk hal-hal yang dilakukan dilapangan pada saat proses sertifikasi halal dan sebagai syi’ar halal bahwa yang haram itu bukan hanya daging babi, melainkan mentega yang tidak menggunakan lemak babi, kuas untuk mengoleskan produk itu juga tidak menggunakan bulu babi”.

Menurut hasil wawancara tersebut dalam komunikasi antara Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal lebih melakukan komunikasi yang bersifat dakwah halal, karena mengedepankan manfaat dari sertifikasi halal untuk masyarakat.

b. Pesan

Dalam Komunikasi komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal yang berhubungan dengan pemilik usaha agar memiliki keinginan dalam pembuatan sertifikat halal karena ini sebuah program dari pemerintah. Seperti halnya Septi (Pendamping Proses Produk Halal yang aktif) sering melakukan interaksi dengan para pemilik usaha.

“Sertifikasi halal ini sangat bermanfaat dan bagus, dan mumpung pemerintah sedang memfasilitasi program sehat untuk seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke, jadi sangat disayangkan jika kita hanya berdiam diri, mengacuhkan atau bahkan tidak memanfaatkan fasilitas tersebut”.

c. Target Penerima Pesan

Dalam Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal adalah memiliki target pesan yang sama yaitu pemilik usaha. Karena pada intinya keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mensosialisasikan pemilik usaha bahwa sertifikat halal itu penting. Seperti halnya Mahardika Cipta Raharja (Kepala SERH) berfungsi dalam melakukan sosialisasi, edukasi dan riset halal.

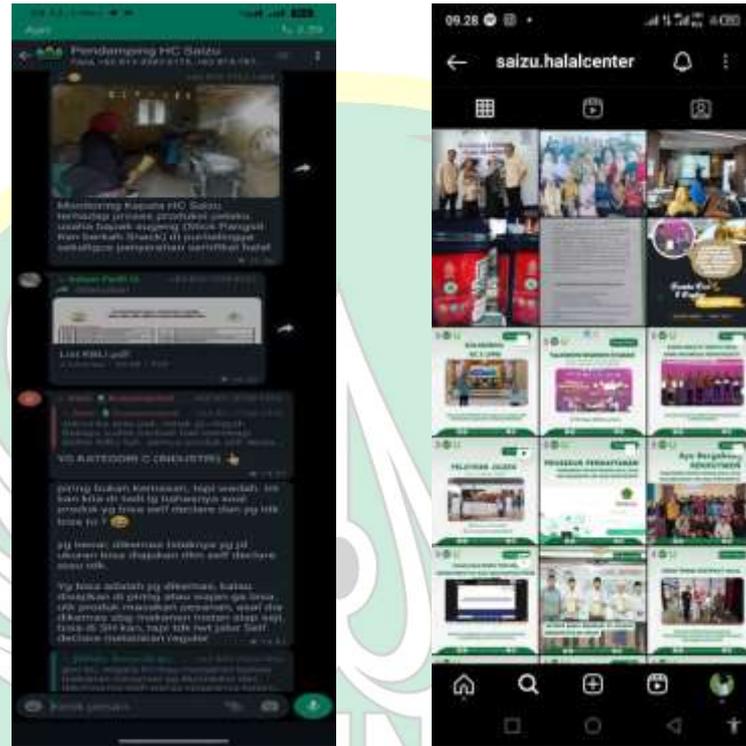
“Halal center (Pusat Kajian dan Pengembangan Halal) legal karena atasan langsungnya dibawah LPPM atau dinaungi LPPM. Secara de facto proses jaminan produk halal selaras karena kewajiban di Indonesia dari tahun 2003. Anggotanya mahasiswa dan alumni, dan ada umkm juga . Halal center 2022, lahirnya dari 2021 Ibu Vivi ketuanya. 2020 udah lahir terkendala covid-19. Pendamping PPH khusus gratis (pelaku usaha), tapi pendamping mendapatkan honor yang dibiayain oleh negara. Halal center ditetapkan oleh Rektor sedangkan LPH ditetapkan oleh BPJPH . Halal center lahir karena untuk mengakomodir halal , kebijakan halal, bagaimana halal di Indonesia”.

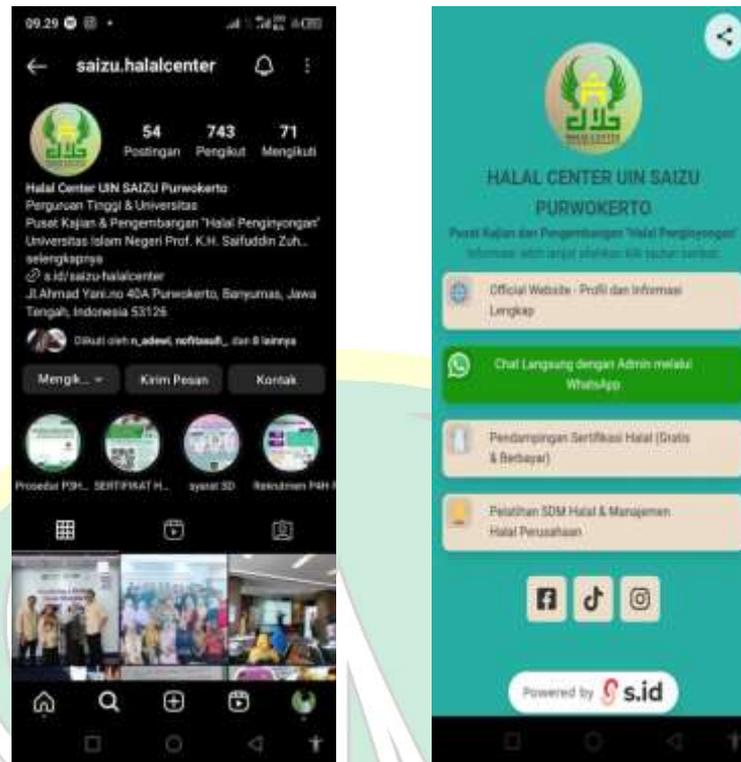
2. Prinsip-Prinsip Komunikasi pada Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada teorinya ada 12 prinsip namun prinsip yang terjadi ada 5 yaitu sebagai berikut:

a. Komunikasi Adalah Proses Simbolik

Seperti halnya pernyataan dari ketua halal center yaitu konsultasi dapat melalui WhatsApp grup yaitu Pendamping HC Saizu, Instagram yaitu saizu.halalcenter dan website yaitu

s.id/saizu-halalcenter untuk informasi terbaru baik peraturan maupun mengenai tugas-tugas dari pendamping PPH. Halal center didirikan sejak tahun 2021, namun belum terlalu aktif karena terkendala covid-19. Sedangkan Ibu Dani dilantik menjadi ketua halal center pada tahun 2022.





Gambar 4.4 Media Sosial Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

**Program Pendampingan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha**

Guna memfasilitasi pelaku usaha memperoleh sertifikat halal dari Pemerintah (BPJPH), pekerjakan kami:

**HALAL CENTER - UIN SAIZU PURWOKERTO**  
 Alamat :  
 Ruang Halal Center (Gedung Eks FUAH, Lantai 2) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto - Jalan Jend. A. Yani 40A, Purwokerto Utara, Banyumas, Jawa Tengah 53126  
[Lihat di Google Maps](#)

Kami memiliki PROGRAM PENDAMPINGAN bagi pelaku usaha yang ingin memperoleh pengakuan halal dari pemerintah, yaitu dalam bentuk sertifikasi halal.

Bentuk pendampingan kami lakukan secara hybrid, kombinasi secara OFFLINE dan ONLINE (menyesuaikan kondisi dan keinginan pelaku usaha).

INFO LEBIH LANJUT:  
<https://s.id/saizu-halalcenter>  
[WhatsApp Center: 0856-4308-4787](https://wa.me/6295643084787)

Ayo segera gabung dalam program tersebut, jangan sampai terlambat.

Login ke Google untuk menyimpan progress. Pelajari lebih lanjut

*\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib dijawab*

**MENGENAL KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU USAHA**

- Sejak ditetapkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, disebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

- Artinya, proses sertifikasi halal saat ini adalah sebuah KEWAJIBAN, bukan lagi bersifat sukarela.

Pihak yang saat ini berwenang menerbitkan sertifikat halal adalah pemerintah, yaitu dilakukan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) di bawah Kementerian Agama.

Adapun produk yang wajib bersertifikat halal adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Ketika usaha Bapak/Ibu/Saudara sudah memperoleh sertifikat halal, maka berhak mencantumkan logo halal pada kemasan produknya.

Saat ini pemerintah menawarkan 2 jalur dalam proses sertifikasi halal, yaitu:

1. Jalur Self Declare : yaitu fasilitasi proses sertifikasi halal dengan biaya Rp.0 alias GRATIS bagi pelaku usaha yang memenuhi persyaratan. Adapun biaya tersebut ditanggung / dibayarkan oleh pemerintah atau pihak terkait lainnya.
2. Jalur Reguler : yaitu proses sertifikasi halal dengan sistem BERBAYAR, dengan besaran tarif sesuai dengan ketentuan dari Kementerian Keuangan (nominal tarif yang jelas dan pasti).

Guna menyelesaikan kebijakan baru tersebut, saat ini perguruan tinggi didorong ikut berperan aktif dalam melakukan pendampingan kepada pelaku usaha agar lebih mudah dan cepat dalam memperoleh sertifikat halal.

Halal Center UIN SAIZU Purwokerto yang berada di bawah kewenangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (sebelumnya bernama IAIN Purwokerto) menawarkan program pendampingan bagi usaha Bapak/Ibu/Saudara sekalian yang ingin memperoleh sertifikat halal. Kegiatan akan didampingi oleh tenaga ahli dan tim yang profesional, kompeten, dan berpengalaman di bidang jaminan produk halal.

Sebagai warga negara Indonesia mari kita berkontribusi dengan berperan aktif mengajukan sertifikasi halal bagi usaha Bapak/Ibu/Saudara sekalian.

memperoleh sertifikat halal. Kegiatan akan didampingi oleh tenaga ahli dan tim yang profesional, kompeten, dan berpengalaman di bidang jaminan produk halal.

Sebagai warga negara Indonesia mari kita berkontribusi dengan berperan aktif mengajukan sertifikasi halal bagi usaha Bapak/Ibu/Saudara sekalian.

**Apakah Bapak/Ibu/Saudara bersedia mendapat pendampingan dari kami?**

Bersedia

Tidak Bersedia

Halaman 1 dari 2

## b. Komunikasi Terjadi Dalam Konteks Ruang dan Waktu

Komunikasi ini terjadi ketika komunikasi berlangsung dua arah, bukan satu arah. Seperti halnya ketika Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melakukan sesi tanya jawab pada webinar Jaminan Produk Halal dan Penguatan

Kompetitif UMKM Dihadiri oleh berbagai kalangan akademisi dari berbagai tanah air, para praktisi ekonomi, praktisi bisnis atau umkm, masyarakat umum dan Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



Gambar 4.5 Webinar Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM

Setelah MoU perguruan tinggi memiliki 3 tugas penting yaitu:

- a. Dirikan lembaga pemeriksa halal (LPH) menyiapkan auditor halal
- b. Dirikan Halal center untuk menghasilkan para penyelia halal
- c. lembaga sertifikasi yang mengawinkan mata kuliah sehingga dengan kelulusan memiliki kompetensi tambahan menjadi auditor halal, penyelia halal, juru sembelih halal, manajer halal, dan juga sertifikasi halal

Sesi tanya jawab antara Prof. Ir. Sukoso, M,SC, Ph.D sebagai ketua BPJPH dengan peserta webinar “Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM”, yaitu sebagai berikut :

Pertanyaan pertama yang ditanyakan oleh Uswatusholihah yaitu kenapa tidak labelisasi haram saja. Kemudian dijawab oleh Prof. Sukoso UU sudah diputuskan, sudah direvisi kecuali pada tahun 2010. Jika tidak setuju maka ajukan ke Mahkamah Konstitusi. Makanya BPJPH pernah digugat karena pertanyaan

itu. Karena BPJPH melakukan program sertifikasi halal atas perintah pemerintah.

Pertanyaan kedua yang ditanyakan oleh Siti Nurazizah Realita bahwa sektor makanan dan minuman Indonesia besar sekali, tetapi kenapa kemudian indeks GII-nya rendah. Kemudian dijawab oleh Prof. Sukoso menurut anda besar, yang makan Rp. 260.000.000 kurang bahwa kita impor, membutuhkan produk ini karena banyak yang mengkonsumsinya. Ada peserta webinar yang bernama Mahardika Cipta Rahardja dengan pertanyaan mengenai bagaimana ketika kampus mempersiapkan kurikulum JPH yang arahnya lulusannya berkompetensi auditor halal, apakah dari BPJPH terdapat fasilitasi untuk tenaga pengajar di kampus. Kemudian dijawab oleh Kepala BPJPH Prof. Sukoso maaf kami bukan menteri pendidikan dan kebudayaan, dan bukan Dirjen Pendidikan Islam. Jadi kami ini BPJPH jangan meluas pada institusi yang lain, karena tugas kami bukan itu. Sekarang sudah banyak kampus melakukan 3 IN 1 artinya satu pembelajaran ada orang kampus, perisetnya, dan ada pelaku usaha dan pemilik kebijakan. Auditor halal itu ketat sekali diatur oleh UU seperti ahli farmasi untuk obat, lulusan ekonomi tidak boleh jadi auditor halal farmasi, makanya SKKNI dibutuhkan untuk chef halal, manajer halal, juru sembelih halal dan penyelia halal.

Pertanyaan ketiga yang ditanyakan oleh Melinda Bagaimana status MUI Apakah ada magang di BPJPH. Kemudian dijawab oleh Prof. Sukoso MUI ini ditempatkan sebagai pemberi untuk menguatkan sidang fatwa, jadi fatwa halal dari MUI setelah itu BPJPH mengeluarkan sertifikat halal.

Pertanyaan keempat yang ditanyakan oleh Rahmini materi apa saja yang perlu dikuasai untuk seorang profesi penyelia halal agar bisa disinkronkan dengan kurikulum. Kemudian dijawab oleh Prof. Sukoso : Penyelia halal dikeluarkan oleh kementrian Tenaga

Kerja yang mengajukan namanya halal institute jadi halal institute di SK-kan oleh kementerian Tenaga Kerja untuk mendapatkan SKK khusus penyelia halal. Pelatihannya selama 3 hari yaitu  $3 \times 9 = 27$  jam harus dipenuhi, seperti dikampus yang menggunakan sks. Jadi jika kampus ingin adanya penyelia halal maka harus mengundang BPJPH dan halal institut karena saling MoU mengisi didalam prosesnya. BPJPH fokusnya ke sistem jaminan produk halal, yang lainnya praktek didalam mempersiapkan diri sebagai penyelia halal apa saja itu halal institute yang bisa memahami.

c. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

Pada saat akan diadakannya pelatihan pendamping PPH biasanya ada pamphlet yang berisi open recruitment pelatihan pendamping, hal itu tentu saja sebagai bahan acuan untuk siapa saja yang akan mengikuti dengan syarat dan ketentuan berlaku.



Gambar 4.6 Pamflet Pelatihan Pendamping Proses Produk Halal

d. Komunikasi Bersifat Sistemik

Komunikasi bersifat sistemik ini dibagi dua yaitu: sistem internal dan eksternal. Sistem internal pada penelitian ini adalah Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang

beranggotakan para dosen, dan Pendamping Proses Produk Halal terdiri atas mahasiswa, alumni uin saizu, dan penyuluh agama dan pegawai kemenag. Sedangkan sistem eksternal adalah pemilik usaha dari UMKM. Seperti yang dipaparkan oleh ketua halal center Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menjelaskan bahwa pada acara webinar “Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM”, dihadiri oleh berbagai kalangan akademisi dari berbagai tanah air, para praktisi ekonomi, praktisi bisnis atau umkm, masyarakat umum dan Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

- e. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi

Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal berjalan efektif karena memiliki tujuan yang sama yaitu melakukan syi’ar halal pada pemilik usaha agar memiliki pengetahuannya tentang kehalalan suatu produk. Seperti yang dipaparkan oleh Ahmad Muttaqin, M.Si. pada saat webinar “Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM”, bahwa Komunikasi dilandasi latar belakang budaya yang sama seperti halnya materi pada hari itu yang mencakup jaminan produk halal, UMKM butuh jaminan produk halal, tradisi ekonomi UMKM, halal sebagai industri dan isu-isu penting.

3. Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Adapun penjelasan mengenai modifikasi model komunikasi pada Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal yang menggunakan Model Komunikasi SMCR David Kenneth Berlo ini diantaranya :

a. Sender atau Source

Pengirim pesan dalam komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal adalah Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Namun berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan bahwa Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal dapat menjadi penerima pesan dan pengirim pesan. Tetapi yang paling banyak melakukan pengiriman pesan adalah Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto karena sebagai lembaga yang memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal.

Sehingga Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal ini termasuk kedalam pengirim karena intensitas komunikasi antara keduanya maupun pemilik usaha.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi sender atau source atau sumber keterampilan komunikasi, sikap dan pengetahuan, sistem sosial, dan budaya antara lain :

1) Keterampilan Komunikasi (communication skills)

Kemampuan komunikasi yang dilakukan individu ini baik dari Ketua dan anggota Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal ini memiliki kemampuan dalam membaca, menulis, berbicara karena mempengaruhi proses komunikasi. Keterampilan komunikasi ini sangat berperan penting dalam mempengaruhi pemilik usaha untuk tertarik membuat sertifikat halal untuk usahanya. Contohnya Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si, sebagai Kepala Divisi Sosialisasi, Edukasi dan Riset Halal dan Dani Kusumastuti, SE, M.Si sebagai Ketua Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto memiliki sikap yang baik bahkan ketika saya

memawancari beliau menyampaikan secara jelas dan berkredibilitas atas pernyataannya. Bahkan ketika menjawab pertanyaan dari para pendamping di grup whatsapp dijawab secara sabar sekalipun pertanyaan itu sudah pernah dijelaskan. Prof. Ir. Sukoso, M,SC, Ph.D sebagai kepala BPJPH Kemenag RI sebagai sender juga memaparkan materi secara jelas.

## 2) Sikap (Attitude)

Sikap yang dilakukan oleh Ketua dan anggota Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal dalam menyampaikan pesan agar diterima oleh khalayak memerlukan sikap yang beradab sehingga dalam proses penyampaian pesannya mudah diterima oleh komunikan. Berdasarkan data yang peneliti lakukan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto memiliki sikap yang baik. Karena ketika ada pendamping proses produk halal bingung atau ada kendala pada proses sertifikasi halal, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto memfasilitasi dengan baik sehingga menjawab di grup WhatsApp antara pendamping dan Halal Center, akan dijelaskan dengan detail dan penuh pengayoman karena kadang ada pertanyaan sering ditanya namun tetap dijawab kembali.

Contoh pertanyaan yang diajukan oleh pendamping proses produk halal Fajar Nurusbah Ibu Dani di daerah saya banyak rumah potong penyembelihan ayam belum ada yang bersertifikasi halal jadinya saya nggak berani daftar sertifikat halal contohnya seperti lempeng ayam dan lain-lain yang ada bahan ayamnya. Sudah saya datengin satu-satu rumah potong ayamnya. Mohon Maaf Ibu Dani kalau ada pelatihan Juleha atau penyembelihan hewan tolong dishare juga, soalnya

didaerah saya juga banyak peternak ayam dan rumah potong ayam terimakasih. Kemudian dijawab oleh Ibu Dani Ok, Kamu bisa arahkan pembuat makanannya untuk beli ayam yang sudah sertifikat halal. Bisa juga kamu carinya pembuat makanan yang berbahan non daging.

### 3) Pengetahuan (knowledge)

Pengetahuan sangat penting dimiliki oleh Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal karena akan memberikan sosialisasi tentang sertifikasi halal dan memberikan pemahaman mengenai halal dan haram sebagai cara untuk memperjelas sertifikat halal itu penting dan para pemilik usaha yakin dan percaya.

Seperti yang dilakukan Prof. Ir. Sukoso, M.Sc, Ph.D pada saat menjawab pertanyaan dari salah satu peserta webinar Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM oleh Rahmini materi apa saja yang perlu dikuasai untuk seorang profesi penyelia halal agar bisa disinkronkan dengan kurikulum. Kemudian dijawab oleh Prof. Sukoso penyelia halal dikeluarkan oleh kementerian Tenaga Kerja yang mengajukan namanya halal institute jadi halal institute di SKK oleh kementerian Tenaga Kerja untuk mendapatkan SKK khusus penyelia halal. Pelatihannya selama 3 hari yaitu  $3 \times 9 = 27$  jam harus dipenuhi, seperti dikampus yang menggunakan sks. Jadi jika kampus ingin adanya penyelia halal maka harus mengundang BPJPH dan halal institut karena saling MoU mengisi didalam prosesnya. BPJPH fokusnya ke sistem jaminan produk halal, yang lainnya praktek didalam mempersiapkan diri sebagai penyelia halal apa saja itu halal institute yang bisa memahami.

### 4) Sistem Sosial (social system)

Meliputi beberapa aspek sistem sosial seperti, nilai-nilai, kepercayaan, budaya, agama dan pemahaman untuk masyarakat. Dalam mengawali sebuah pembicaraan atau obrolan dengan salam adalah salah satu cara meyakinkan masyarakat bahwa memiliki kesamaan, hal ini dilatar belakangi oleh kepercayaan dan agama. Antara source (pemberi pesan) dan receiver (penerima pesan) memiliki latar belakang yang sama yaitu sama-sama beragama Islam atau bagi pemilik usaha yang non muslim juga mulai tertarik membuat sertifikat halal sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kredibilitas kepada konsumen atas produk yang dijual.

#### 5) Budaya (culture)

Budaya bagian dalam sistem sosial pada masyarakat. Budaya juga termasuk kedalam faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi. Sehingga perbedaan budaya mempegaruhi dalam penerimaan pesan. Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal sebagai sender (pengirim pesan) mengetahui cara terbaik untuk meyakinkan para pemilik usaha yaitu mereka mengetahui budaya dari masing-masing menjadi sasaran komunikasi.

Adapun kegiatan yang dilakukan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal sebagai sender (pengirim pesan) antara lain:



- 1) Launching Halal Center IAIN Purwokerto dan Webinar Halal bertema Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM pada 6 November 2020. Kegiatan ini menghadirkan narasumber yakni Kepala BPJPH Kemenag RI, Prof Sukoso dan Dosen IAIN Purwokerto Ahmad Muttaqin, S.Sos, M.Si. Acara ini sekaligus sebagai launching pendirian Halal Center sebagai tindak lanjut MoU dengan Badan Pengelola Jaminan Produk Halal (BPJPH) pada 15 Februari.
- 2) Kepala Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menjadi peserta terbaik dalam TOT (Training Of Trainer) Pendamping PPH (Proses Produk Halal) yang diselenggarakan oleh BPJPH Kemenag RI @halal.indonesia selama 7 hari berturut-turut dari 14-21 Januari 2022.
- 3) Kepala Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto bersama BPR Syariah Buana Mitra Perwira mendampingi kepala BPJPH Kemenag RI, Prof. Sukoso kunjungan Lapangan ke berbagai pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Purbalingga. Kunjungan ini bertujuan untuk memantau sejauh mana kesadaran halal di kalangan pelaku usaha mikro kecil, yang dapat diketahui melalui tingkat penggunaan bahan halal dan proses produk halal dijalankan oleh pelaku usaha. 24 Januari 2022.

- 4) Dalam rangka menyiapkan SDM untuk mendukung BPJPH dalam pengurusan sertifikat halal pelaku UMK secara gratis, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah menyelenggarakan pelatihan Pendamping Proses Produk Halal (PPH) dari kalangan mahasiswa dan alumni serta dosen BPNS sejumlah 84 orang. Setelah dinyatakan lulus, para pendamping PPH mendapat nomor register dari BPJPH dan siap terjun lapangan untuk mensukseskan program. 21 Februari 2022.
- 5) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto membekali calon Mahasiswa KKN dengan materi seputar Industri Halal, prospek bekerja dibidang halal dengan kegiatan-kegiatan KKN yang dapat dikembangkan untuk mendukung pengembangan industri halal lokal dalam ekosistem halal. Pelaku UMKM masih sering bingung dan kesulitan mengurus perijinan usaha dan mengurus sertifikat halal. Kehadiran dan pendampingan dari mahasiswa dan DPL KKN mengenai hal tersebut akan sangat membantu mereka bisa berkembang.
- 6) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berkesempatan anjongsana ke Bank Indonesia Kanwil Purwokerto bidang kerjasama untuk menyampaikan program kerja dan kinerjanya serta peluang bersinegri dengan BI untuk mensukseskan program pemerintah. BI menyambut baik inisiatif HC berkomunikasi dan siap bersinegri.
- 7) Dalam rangka memfasilitasi Sertifikasi Halal pelaku usaha mikro kecil melalui jalur self declare, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto membuka kesempatan kepada mahasiswa, alumni dan masyarakat untuk mengikuti Pelatihan Pendamping Batch 2.

- 8) Dalam rangka memfasilitasi Sertifikasi Halal pelaku Usaha Mikro Kecil melalui jalur Self Declare, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto membuka kesempatan kepada mahasiswa, alumni, dan masyarakat umum untuk mengikuti pelatihan Pendamping Proses Produk Halal secara gratis.
- 9) Dalam rangka memfasilitasi Sertifikasi Halal pelaku Usaha Mikro Kecil melalui jalur Self Declare, Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto membuka kesempatan kepada mahasiswa, alumni, dan masyarakat umum untuk mengikuti pelatihan Pendamping Proses Produk Halal secara gratis, angkatan III melalui media online. Produk halal tidak hanya bebas dari babi, tapi semua bahan dan seluruh prosesnya juga harus halal.
- 10) Rekrutmen Pendamping PPH langsung oleh BPJPH RI bekerjasama dengan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto di berbagai wilayah. Untuk wilayah Banyumas, Purbalingga, Cilacap, Banjarnegara, Kebumen, Tegal, Brebes, Pemalang, Wonosobo.
- 11) Pendampingan sertifikasi halal oleh Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping PPH gratis.
- 12) Rechargement bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pendampingan PPH kepada pelaku UMK di Penginyongan, dalam rangka mensukseskan sertifikasi halal Self Declare Nasional tahap II 2022. Kriteria UMK yang bisa ikut Self Declare (Sertifikasi halal gratis), produk (makanan/minuman).
- 13) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Anggota HMJ Perbankan Syariah dalam acara Banksyar Discussion 2022. Peserta mengaku senang karena mendapat

wawasan baru bahwa dalam perkembangan perbankan syariah dan industri halal sesungguhnya bersifat simultan dan kausal saling mendukung 3 pilar yaitu: penguatan identitas perbankan syariah, sinergi ekosistem ekonomi syariah dan penguatan perijinan pengaturan dan pengawasan.

14) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto bergerak mendampingi pelaku usaha mikro dan kecil menghalalkan produknya dan menjamin kehalalannya melalui sertifikasi halal gratis program sehat 2022 BPJPH Kemenag RI.

15) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto berkolaborasi dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Banyumas menyelenggarakan workshop Proses Produk Halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil menengah di kawasan Penginyongan (Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Cilacap, Tegal, Brebes dan Wonosobo) pada Rabu 2 November 2022 di hall perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Kolaborasi ini menjadi ikhtiar dalam membangun ekosistem halal dan kesadaran pentingnya penjaminan produk halal melalui sertifikasi halal.

16) Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menghadiri Forum halal Word 20 (H20) 2023 Internasional Halal Conference on global halal standars yang diselenggarakan oleh BPJPH RI di Jakarta pada 21 November 2023.

#### b. Message

Dalam Komunikasi komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal yang berhubungan dengan pemilik usaha agar memiliki keinginan dalam pembuatan sertifikat halal karena ini sebuah

program dari pemerintah. Pada proses penyampaian pesannya lebih banyak berhubungan Pendamping PPH dengan pemilik usaha, karena pada intinya pesan yang berhubungan dengan sertifikasi halal.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi elemen message/pesan antara lain:

- 1). Isi (content) adalah berisi tentang pesan yang disampaikan oleh source kepada receiver. Pada penelitian ini berisi tentang materi pelatihan pendamping PPH, persyaratan daftar sertifikat halal, mengenai produk halal.
- 2). Elemen (elements) adalah pelengkap isi sehingga suatu komunikasi efektif.
- 3). Perlakuan (treatment) adalah pengemasan pesan yang disampaikan oleh source ke receiver untuk mendapatkan umpan balik. Pada penelitian ini adalah umpan baliknya ketika pendamping proses produk halal ketika memberikan sosialisasi ke pemilik usaha setelah melakukan pelatihan dari halal center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sedangkan umpan balik pemilik usaha terhadap pendamping proses produk halal melakukan sertifikasi halal.

Pendamping melakukan pendekatan atau memberikan pentingnya sertifikasi halal, agar berminat membuat sertifikat halal. Karena sebagai bentuk untuk melaksanakan program pemerintah yang sudah mewajibkan pemilik usaha memiliki sertifikat halal.



Gambar 4.7 Pendamping Proses Produk Halal menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat

Pemberdayaan Bisnis Melalui Digital Branding Pada UMKM dan Sertifikasi Halal Jalur Self Declare di Desa Petir. Pemateri kegiatan ini adalah Septi sebagai Pendamping Proses Produk Halal, dilakukan pada 20 Agustus 2023 yang diselenggarakan oleh KKN 52 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Desa Petir Kelompok 8.

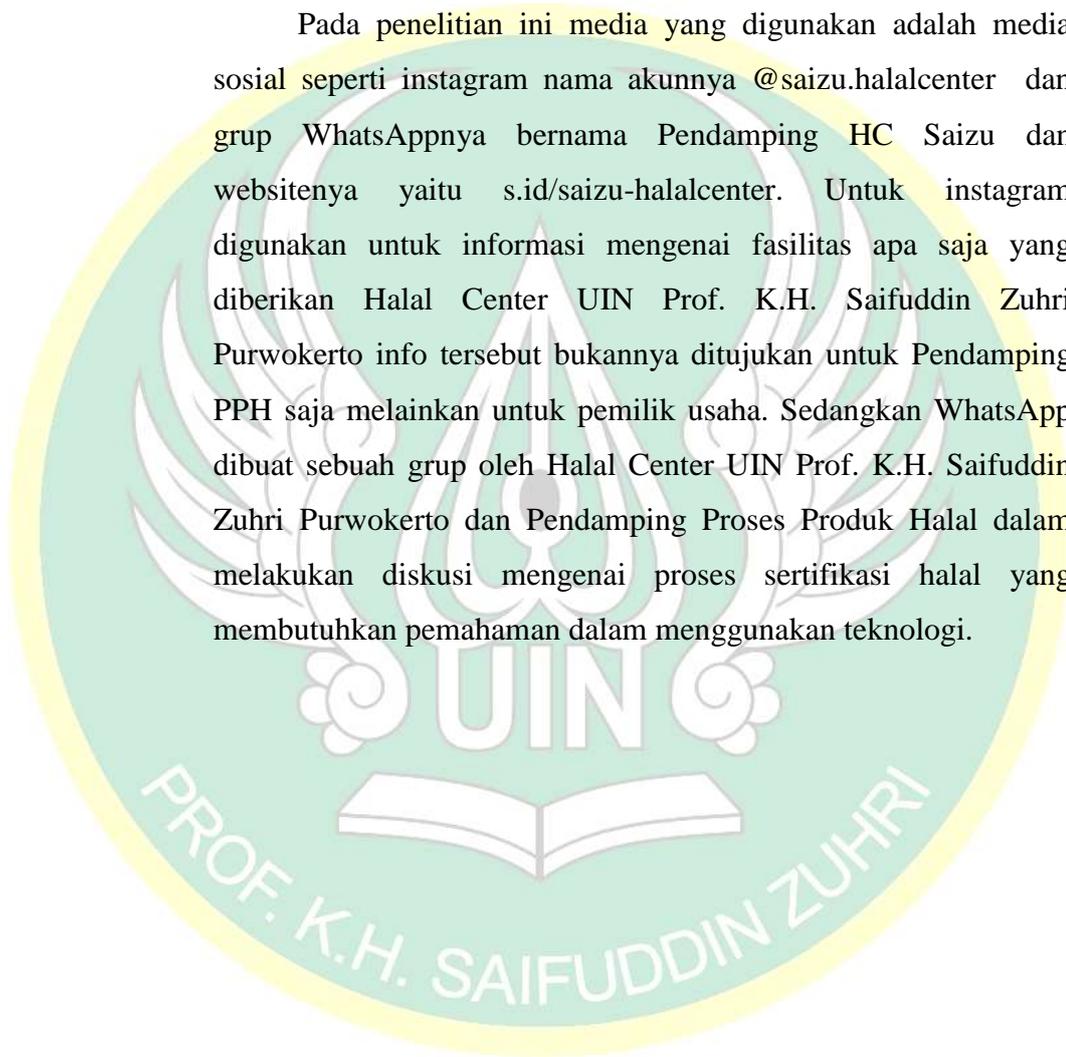


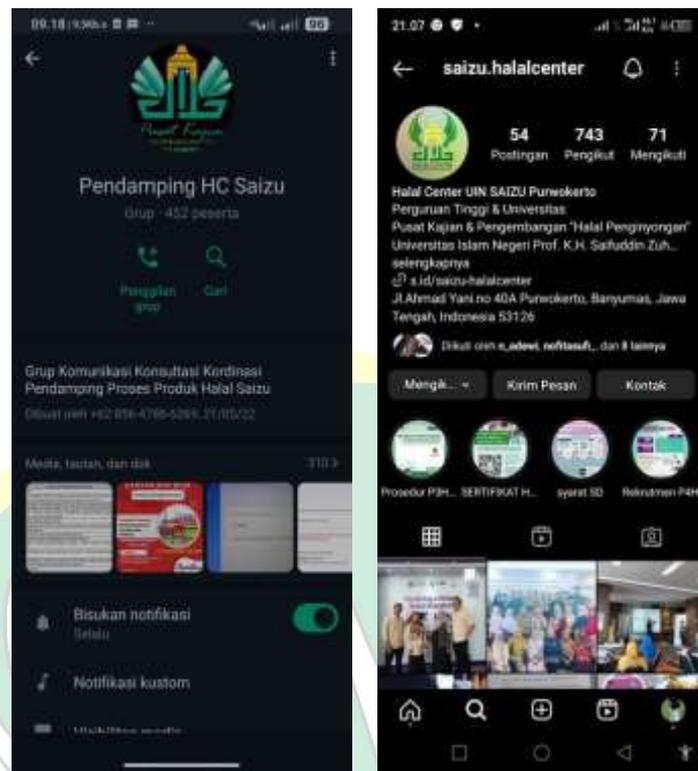
Gambar 4.8 Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melakukan sosialisasi jaminan produk halal.

Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melakukan sosialisasi jaminan produk halal pada 29 Agustus 2022 kepada pelaku usaha mikro dan kecil di Kecamatan Kalibagor Kab Banyumas difasilitasi tim KKN 50 Tematik dan Pemerintah Desa Pekaja.

c. Channel

Pada penelitian ini media yang digunakan adalah media sosial seperti instagram nama akunnya @saizu.halalcenter dan grup WhatsAppnya bernama Pendamping HC Saizu dan websitenya yaitu s.id/saizu-halalcenter. Untuk instagram digunakan untuk informasi mengenai fasilitas apa saja yang diberikan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto info tersebut bukannya ditujukan untuk Pendamping PPH saja melainkan untuk pemilik usaha. Sedangkan WhatsApp dibuat sebuah grup oleh Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal dalam melakukan diskusi mengenai proses sertifikasi halal yang membutuhkan pemahaman dalam menggunakan teknologi.





Faktor-faktor mempengaruhi elemen channel atau saluran komunikasi yakni :

- 1). Hearing atau mendengarkan seperti pada webinar “Jaminan Produk Halal dan Penguatan Kompetitif UMKM”, sebagai yang melakukan sosialisasi agar adanya pendamping proses produk halal. Hal itu juga berpengaruh untuk pemilik usaha membuat sertifikat halal karena mendengarkan informasi dari media sosial youtube LPPM UIN Saizu.
- 2). Seeing atau melihat pada media sosial youtube LPPM UIN Saizu dan instagram @saizu.halalcenter. Sehingga hal itu menarik perhatian para pemilik usaha untuk membuat sertifikat halal yang pada akhirnya menghubungi pendamping proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

d. Receiver

Dalam Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan Pendamping Proses Produk Halal adalah memiliki target pesan yang sama yaitu pemilik usaha. Karena

pada intinya keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mensosialisasikan pemilik usaha bahwa sertifikat halal itu penting.

Pemilik usaha sangat berperan penting karena sebagai bentuk untuk membuat masyarakat merasa nyaman dan aman atas produk yang dipilihnya. Karena sudah bersertifikat halal. Mengurangi rasa was-was atas produk yang dibeli karena jelas kehalalannya.



Gambar 4.9 Halal Center bergerak melakukan sosialisasi jaminan produk halal di kawasan Penginyongan

Faktor-faktor elemen yang dipengaruhi oleh receiver yakni:

1). Keterampilan Komunikasi (communication skills).

Pendamping proses produk halal yang sudah melakukan pelatihan pendamping proses produk halal memiliki keterampilan

komunikasi dalam melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha. Pemilik usaha juga memiliki pengetahuan mengenai sertifikasi halal sehingga komunikasi dengan pendamping proses produk halal berjalan dengan baik.

#### 2). Sikap (Attitude)

Sikap adalah tindakan dalam melakukan sesuatu atau dalam menyikapi suatu hal. Contohnya seperti sebagai pendamping proses produk halal untuk melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha secara langsung dari satu rumah ke rumah lainnya, atau dari tempat satu ke tempat lainnya. Karena komunikasinya baik terhadap pemilik usaha, bahkan ada pemilik usaha yang mendatangnya untuk melakukan sertifikasi halal karena mendapatkan info dari yang lain.

#### 3). Pengetahuan (Knowledge)

Pengetahuan adalah sebuah wawasan yang dimiliki oleh pendamping proses produk halal adalah mengetahui tentang halal dan haram suatu produk dan sertifikasi halal. Sedangkan pemilik usaha hal dasar yang dimiliki bahwa hal haram bisa terjadi bahkan oleh hal kecil misalnya, kuas pada pembuatan kue.

#### 4). Sistem Sosial (social systems)

Sistem sosial adalah nilai-nilai agama dan kepercayaan, antara pendamping proses produk halal dan pemilik usaha memiliki kepercayaan yang sama yaitu islam. Namun bagi pemilik usaha non muslim karena untuk membuat percaya konsumen. Sehingga antara pendamping proses produk halal dan pemilik usaha percaya mengenai halal dan haram suatu produk.



Gambar 4.10 Ketua Halal Center menyerahkan sertifikat halal kepada Pemilik Usaha

Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan para pendampingnya telah membuahkkan hasil, satu demi satu pelaku usaha mikro dan kecil mendapatkan sertifikasi halal pada 17 Oktober 2022.

#### 4. Sertifikasi Halal dan Sertifikat Halal

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal. Sedangkan sertifikat halal adalah kewenangan yang dilakukan BPJPH dalam menerbitkan sertifikat halal. Dalam usaha untuk mendapatkan sertifikat halal, setelah melakukan verifikasi dan validasi data akan dilanjutkan oleh komite fatwa bahwa produk tersebut tidak melanggar syari'at. Setelah sudah jelas kehalalan produk maka komite fatwa mengembalikan data tersebut kepada BPJPH untuk diterbitkan sertifikat halal.



Gambar 4.11 Jateng Baru Memiliki 51 Juleha Bersertifikat BNSP

Menurut Wakil Gubernur Jateng saat ini baru memiliki 51 orang juru sembelih halal (Juleha), yang mengantongi sertifikat kompetensi dari BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Kegiatan ini dilakukan pada 23 Februari 2023



Gambar 4.12 Pelatihan Juru sembelih halal pada 29 Juni 2023

##### 5. Pendamping Proses Produk Halal

Berdasarkan data tersebut bahwa pendamping produk halal itu melakukan tugasnya bukan hanya untuk melakukan tindakan sertifikasi halal untuk pemilik usaha. Melainkan melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha bahwa sertifikat halal itu penting, dalam proses sosialisasi tersebut berisi syi'ar halal. Karena

masyarakat masih ada yang awam mengenai kehalalan suatu produk atau mengetahui manfaat dari sertifikat halal.

Dalam kasus ini yang belum paham mengenai kehalalan suatu produk menganggap suatu produk haram itu babi. Padahal turunan dari babi juga haram seperti minyak babi, gelatin babi, kuas dari bulu babi. Selain itu yang tidak menjadi sorotan masyarakat atau konsumen adalah mirin atau arak masak pada pembuatan suatu produk. Karena ada pemilik usaha yang hanya memberikan petunjuk bahwa produk tersebut dengan keterangan “no pork and no lard” yang artinya tidak ada babi dan lemak babi.

Adapun data pendamping dan pemilik usaha adalah sebagai berikut :

#### 1. Risqi Utami

Tabel 4.3 Nama pendamping dan pemilik usaha

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH202 2-1- 05211 2	9/16/2022 12:00:00 AM 16-09- 2022	Admirah	Wlahar Wlahar Lembang	Risqi Utami	Telor Asin Admirah	Terbayar ke LP3H
2	SH202 2-1- 05434 2	9/17/2022 12:00:00 AM 17-09- 2022	Achmutoh ar	Jl. Pujowiyot o No. 34 Purbaling ga Lor Purbaling ga	Risqi Utami	Niki Sari	Sudah Ditransfer ke Pendamping
3	SH202 2-1- 05656 4	9/19/2022 12:00:00 AM 19-09- 2022	Surimah	Wlahar RT 005 RW 001. Wlahar Rembang. Wlahar Rembang	Risqi Utami	Sale Pisang Nada Keripik	Sudah Ditransfer ke Pendamping
4	SH202 2-1- 05722 7	9/21/2022 12:00:00 AM 21-09- 2022	Sutinah	Wlahar RT 005 RW 001 Wlahar Rembang	Risqi Utami	Ayuna Snack	Sudah Ditransfer ke Pendamping

5	SH202 2-1- 05824 7	9/22/2022 12:00:00 AM 22-09- 2022	Nino Saputro	Pasar Bobotsari Purbaling ga Bobotsari Bobotsari	Risqi Utami	Bumbu Pak Nino	Sudah Ditransfer ke Pendamping
6	SH202 2-1- 05873 9	9/23/2022 12:00:00 AM 23-09- 2022	Iis Sugiarti	Panunggal an RT 008 RW 003 Panunggal an Pengadeg an	Risqi Utami	Ugi Food and Coffe	Sudah Ditransfer ke Pendamping
7	SH202 2-1- 05874 0	9/23/2022 12:00:00 AM 23-09- 2022	Iis Sugiarti	Panunggal an RT 008 RW 003 Panunggal an Pengadeg an	Risqi Utami	Kopi Sangan Bubuk Irenng	Sudah Ditransfer ke Pendamping
8	SH202 2-1- 05873 7	9/23/2022 12:00:00 AM 23-09- 2022	Iis Sugiarti	Panunggal an RT 008 RW 003 Panunggal an Pengadeg an	Risqi Utami	Sambal Cimut	Sudah Ditransfer ke Pendamping
9	SH202 2-1- 07035 2	10/12/202 2 12:00:00 AM 12-10- 2022	Septiani Dwi Astuti Tamher	Jl Turmudi No.9 RT 3 RW 2 Sokaraja Lor Sokaraja	Risqi Utami	Rasta	Sudah Ditransfer ke Pendamping
10	SH202 2-1- 07454 1	10/17/202 2 12:00:00 AM 17-10- 2022	Rianita Nur Pratiwi	Desa Kedondon g GG Anggrek 1 No 18 RT 04 RW 03 Sokaraja Banyumas Kedondon g Sokaraja	Risqi Utami	Bumbu Dapur Om Ganteng	Sudah Ditransfer ke Pendamping

2. Yuli Hana Puji Utami

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH202 2-1- 04841 7	9/13/20 22 12:00:0 0 AM 13-09- 2022	Waryatun	Kutawis RT 01 RW 02 Kutawis Bukatej a	Yuli Hana Puji Utami	Bolu Kukus Waryatu n	Sudah Ditransfer ke Pendamping
2	SH202 2-1- 04930 1	9/14/20 22 12:00:0 0 AM 14-09- 2022	Riski Kurniawan	Purware ja Kalilan dak Purwore ja Klampok	Yuli Hana Puji Utami	Molen Aneka Rasa	Sudah Ditransfer ke Pendamping
3	SH202 2-1- 05040 2	9/15/20 22 12:00:0 0 AM 15-09- 2022	Sujudi	Bukatej a Bukatej a Bukatej a	Yuli Hana Puji Utami	Molen Aneka Rasa Jaya	Sudah Ditransfer ke Pendamping
4	SH202 2-1- 05045 0	9/15/20 22 12:00:0 0 AM 15-09- 2022	Soleh Suyudi	Jl. Dieng KM 17 Kejajar Kejajar	Yuli Hana Puji Utami	Molen Unyil Aneka Rasa	Sudah Ditransfer ke Pendamping
5	SH202 2-1- 05066 3	9/15/20 22 12:00:0 0 AM 15-09- 2022	Kardi	Pasar Sinduraj a Sinduraj a Kaligon dang	Yuli Hana Puji Utami	Tempe Pak Kardi	Sudah Ditransfer ke Pendamping
6	SH202 2-1- 05075 8	9/15/20 22 12:00:0 0 AM 15-09- 2022	Soimah	Pasar Lengko ng Lengko ng Rakit	Yuli Hana Puji Utami	Tahu Asin	Sudah Ditransfer ke Pendamping
7	SH202 2-1- 05078 9	9/15/20 22 12:00:0 0 AM 15-09- 2022	Siswanto	Pasar Manis Punggel an Punggel an Punggel an	Yuli Hana Puji Utami	Sriping Pisang & Tales	Sudah Ditransfer ke Pendamping
8	SH202 2-1- 05114	9/15/20 22 12:00:0	Sarim Setio Adi	Kutawis 003/002 Kutawis	Yuli Hana Puji Utami	Risoles Pak Sarim	Sudah Ditransfer ke

	7	0 AM 15-09- 2022		Bukatej a			Pendamping
9	SH202 2-1- 05322 9	9/17/20 22 12:00:0 0 AM 17-09- 2022	Umi Masitoh	Pasar Kutawis , Desa Kutawis , Bukatej a, Purbalin gga Kutawis Bukatej a	Yuli Hana Puji Utami	Warung Gorenga n Ummi	
10	SH202 2-1- 05323 9	9/17/20 22 12:00:0 0 AM 17-09- 2022	Marwati	Pasar Kutawis RT 001 RW 001 Kutawis Bukatej a	Yuli Hana Puji Utami	Sari Tebu Murni	

## 2. Aji Wahyono

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH202 3-1- 10847 57	04/09/2 023 12:00:0 0 09-04- 2023	Yuli Astuti	Gandata pa, RT/RW -, Gandata pa Sumban g	Aji Wahyono	Kue & Roti Yulia	Sudah Ditransfer ke Pendamping
2	SH202 3-1- 11394 81	13/09/2 023 12:00:0 0 09-13- 2023	Daryanto	Banjars ari Wetan, RT/RW -, Banjars ari Wetan, Sumban g	Aji Wahyono	Mugi Berkah	
3	SH202 3-1- 12161 62	29/09/2 023 12:00:0 0 26-09- 2023	Retno Sulistio	Jl P Kemerde ekaan Purwok erto Kulon, RT/RW -, Puwoke rto	Aji Wahyono	Warung Perbatas an	

				Kulon, Purwok erto Selatan			
4	SH202 3-1- 12266 74	28/09/2 023 12:00:0 0 28-09- 2023	Muhamma d Nur Fuadi	Kotayas a RT 10 RW 03, RT/RW -, Kotayas a, Sumban g	Aji Wahyono	Warung Mang Ujang	
5	SH202 2-1- 12166 67	26/09/2 023 12:00:0 0 2-09- 2023	Tri Wibowo	Jl Kaliben er RT/RW -, Kranjij, Purwok erto Timur	Aji Wahyono	Bowo Gorenga n (Bogor)	
6	SH202 2-1- 12170 48	26/09/2 023 12:00:0 0 2-09- 2023	Sahrudin Kasirin	Cibere m, RT/RW -, Cibere m, Sumban ng	Aji Wahyono	Tahu Sirin	
7	SH202 2-1- 12401 61	30/09/2 023 12:00:0 0 30-09- 2023	Mustakim	Karangt engah, RT/RW -, Karang Tengah, Baturra den	Aji Wahyono	Es Gulali	
8	SH202 2-1- 12400 17	30/09/2 023 12:00:0 0 30-09- 2023	Supriyanto	Kaliori, RT/RW -, Kaliori, Kalibag or	Aji Wahyono	Toko Roti Detha	
9	SH202 2-1- 12401 06	30/09/2 023 12:00:0 0 30-09- 2023	Risan	Kaliori, RT/RW -, Kaliori, Kalibag or	Aji Wahyono	Peyek Laris	
10	SH202 2-1- 12490 17	10/02/2 023 12:00:0 0 12-10-	Sutarno	Banjars ari Wetan, RT/RW -,	Aji Wahyono	Siomay Niki Sari	

		2023		Banjarsari Wetan Sumban g			
--	--	------	--	------------------------------------	--	--	--

## 4. Agnes Wilujeng Aulia

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH2023-1-106549	24/3/2023 12:00:00 24-03-2023	Akhmad Mahfudi Sukhem	Kutawis RT 01 RW 11 Kutawis Bukateja	Agnes Wilujeng Aulia	Tahu Pak Mahfudi	
2	SH2022-1-050821	15/9/2022 12:00:00 15-09-2022	Akhmad Mahfudi Sukhem	Kutawis RT 01 RW 11 Kutawis Bukateja	Agnes Wilujeng Aulia	Tahu Pak Mahfudi	Sudah Ditransfer ke Pendamping
3	SH2022-1-053209	17/9/2022 12:00:00 17-09-2022	Sujud Sumarso	Kutawis RT 001 RW 010 Kutawis Bukateja	Agnes Wilujeng Aulia	Tahu Kopong	Sudah Ditransfer ke Pendamping
4	SH2023-1-104787	23/3/2023 12:00:00 23-03-2023	Siti Anah	KP Dukuh RT 014 RW 005 Dukuh Kragilan, RT/RW-, Dukuh, Ragilan	Agnes Wilujeng Aulia	Cireng Ruhay	Sudah Ditransfer ke Pendamping
5	SH2023-1-195827	21/5/2023 12:00:00 21-05-2023	Suyatno	Brobahan, RT/RW-, Baleraksa, Karangm oncol	Agnes Wilujeng Aulia	Gula Merah Suyatno	Sudah Ditransfer ke Pendamping
6	SH2023-1-195851	21/5/2023 12:00:00 21-05-2023	Yusro	Brobahan, RT/RW-, Baleraksa, Karangm oncol	Agnes Wilujeng Aulia	Gula Merah Yusro	Sudah Ditransfer ke Pendamping
7	SH2023-1-19692	21/5/2023 12:00:00	Alfi Mutaqin	Blater, RT/RW-, Blater,	Agnes Wilujeng Aulia	Basreng Dapur Shafiq	Sudah Ditransfer ke

	1	0 21-05- 2023		Kaliman ah			Pendamping
8	SH202 3-1- 27315 0	10/06/2 023 12:00:0 0 06-10- 2023	Muchlis Fathulloh	Karang Wringin RT/RW- Baleraks a Karangm oncol	Agnes Wilujeng Aulia	AW Ikhl as	Sudah Ditransfer ke Pendamping
9	SH202 3-1- 32428 0	17/6/20 23 12:00:0 0 17-06- 2023	Riski Kurniawa n	Kutawis RT 001 RW 010, RT/RW- Kutawis, Bukateja	Agnes Wilujeng Aulia	Molen Aneka Rasa	Sudah Ditransfer ke Pendamping
10	SH202 3-1- 76071 2	30/7/20 23 12:00:0 0 30-07- 2023	Lathifa Nur Aghnisi	Dk. Taman Pandansa ri, RT/RW, 03/04, RT/RW- Pandansa ri, Paguyan gan	Agnes Wilujeng Aulia	Lusiroll	Sudah Ditransfer ke Pendamping

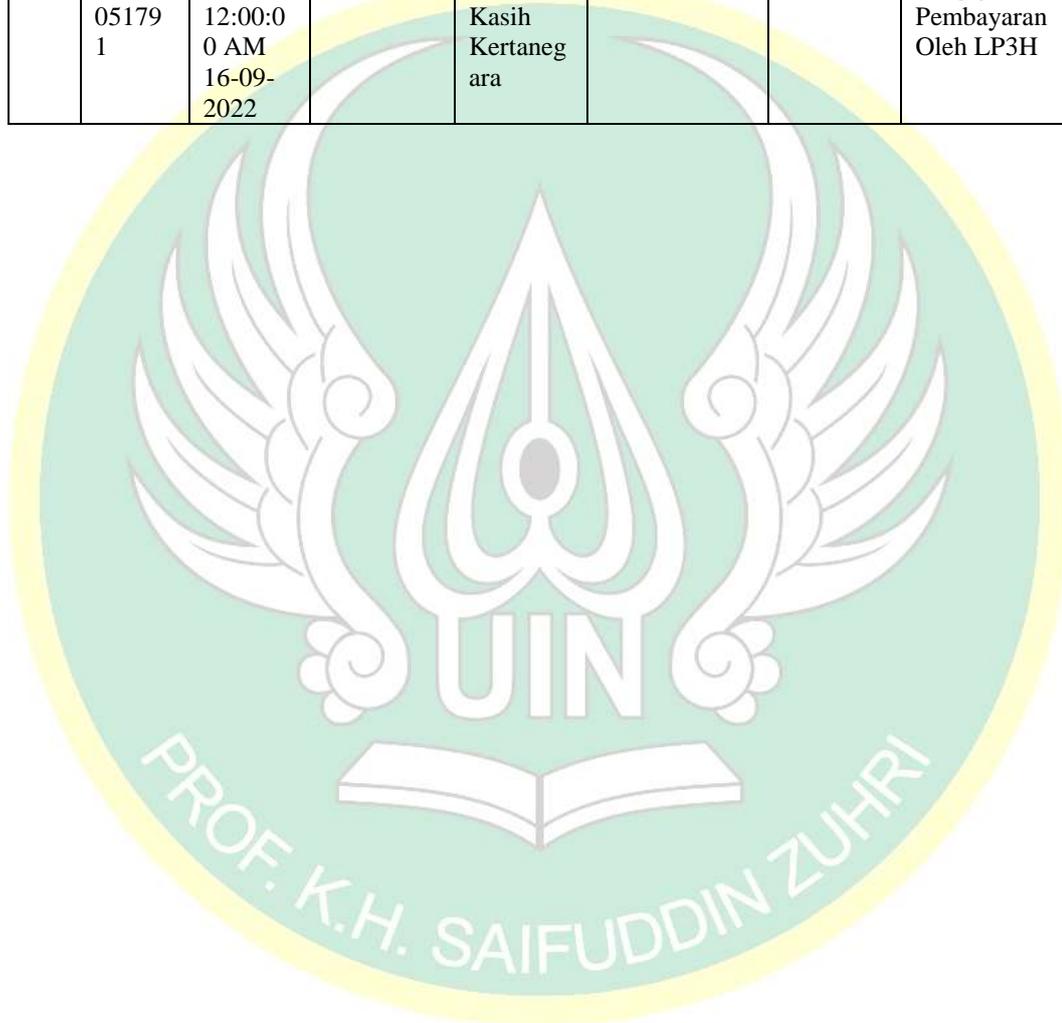
## 5. Siti Rokhyatun

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH202 2-1- 02643 4	6/29/2 022 12:00: 00 AM 29-06- 2022	Sumini	Gentawa ngi Gentawa ngi Jatilawan g	Siti Rokhyatun	Kacang Umpet "Bunga Pithuk"	Terbayar ke LP3H
2	SH202 2-1- 00610 0	4/21/2 022 12:00: 00 AM 21-04- 2022	Andi	Jl Perintis RT 05 RW 01 Welahan Wetan Adipala	Siti Rokhyatun	Emping Melinjo Murni	Terbayar ke LP3H
3	SH202 2-1- 03120 0	6/30/2 022 12:00: 00 AM 30- 06/202 2	Luqman Hakim Abdillaah	Kutawis RT 03 RW 02 Kutawis Bukateja	Siti Rokhyatun	Lucy Snack	Sudah Ditransfer ke Pendamping
4	SH202	9/15/2	Mutakharo	Wiramas	Siti	Aina	Sudah

	2-1-050545	022 12:00:00 AM 15-09-2022	h	tra RT 003 RW 002 Wiramas tra Bawang	Rokhyatun	Basreng Seblak	Ditransfer ke Pendamping
5	SH2022-1-050526	9/15/2022 12:00:00 AM 15-09-2022	Nurafni Fauzi	Tajug, RT 01 RW 01, Kec. Karangmoncl, Kab Purbalingga, Jawa Tengah 53355	Siti Rokhyatun	Madu Hamnah	Sudah Ditransfer ke Pendamping
6	SH2022-1-050555	9/15/2022 12:00:00 AM 15-09-2022	Alimah	Losari RT 002 RW 005 Losari Rembang	Siti Rokhyatun	Gum Keripik	Terbayar ke LP3H
7	SH2022-1-052072	9/16/2022 12:00:00 AM 16-09-2022	Suwito	Karangaren RT 005 RW 002 Dusun II Karangenan	Siti Rokhyatun	Leamin	Sudah Ditransfer ke Pendamping
8	SH2022-1-055855	9/19/2022 12:00:00 AM 19-09-2022	Khotimah	Gunungwuled RT 004 RW 005 Gunungwuled Rembang	Siti Rokhyatun	Anjani Snack	Sudah Ditransfer ke Pendamping
9	SH2022-1-055854	9/19/2022 12:00:00 AM 19-09-2022	Rini Nuraeni Subingah	Bandangan RT 018/RW 008 Bandangan Kejobong	Siti Rokhyatun	Chintya	Sudah Ditransfer ke Pendamping
10	SH2022-1-067437	10/8/2022 12:00:00 AM 08-10-2022	Nurchaendah	Kutawis RT 04/RW 02 Kutawis Bukateja	Siti Rokhyatun	Bu Nur Food	Sudah Ditransfer ke Pendamping

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH202 2-1- 03850 5	8/24/20 22 12:00:0 0 AM 24-08- 2022	Tri Winanti	Batur RT 01 RW 10 Krangea n Kertane gara	Nur Septiani	Es Tea Jelly Milk	Terbayar ke LP3H
2	SH202 2-1- 03949 0	8/26/20 22 12:00:0 0 AM 26-08- 2022	Tarsiti	Adiarsa RT 004 RW 003 Adiarsa Kertane gara	Nur Septiani	Opak Boled	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
3	SH202 2-1- 04614 6	9/9/202 2 12:00:0 0 AM 9-09- 2022	Muhimah	Adiarsa RT 003 RW 004 Adiarsa Kertane gara	Nur Septiani	Adiar Snack	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
4	SH202 2-1- 04006 5	8/28/20 22 12:00:0 0 AM 28-08- 2022	Anita Novianti	Desa Krangea n RT 01 RW 10 No. 15 Krangea n Kertane gara	Nur Septiani	Teh Tarik	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
5	SH202 2-1- 04019 7	8/29/20 22 12:00:0 0 AM 29-08- 2022	Amin Nurtofiq	Krangea n RT 01 RW 11 Krangea n Kertane gara	Nur Septiani	Teh Tarik Sariti	Terbayar ke LP3H
6	SH202 2-1- 04323 1	9/4/202 2 12:00:0 0 AM 04-09- 2022	Darpan Daryanto	Sidanega ra RT 001 RW 001 Sidanega ra	Nur Septiani	Jaya Makmur Seriping Pisang & Talas	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
7	SH202 2-1- 04640 8	9/10/20 22 12:00:0 0 AM 10-09- 2022	Ali Muryat	Kemang kon RT 003 RW 005 Kemang kon Kemang kon	Nur Septiani	Lily Snack	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
8	SH202 2-1- 04736	9/12/20 22 12:00:0	Rahayu Budiati	Mewek Mewek Kaliman	Nur Septiani	Rahayu Snack Keripik	Menunggu Pengajuan Pembayaran

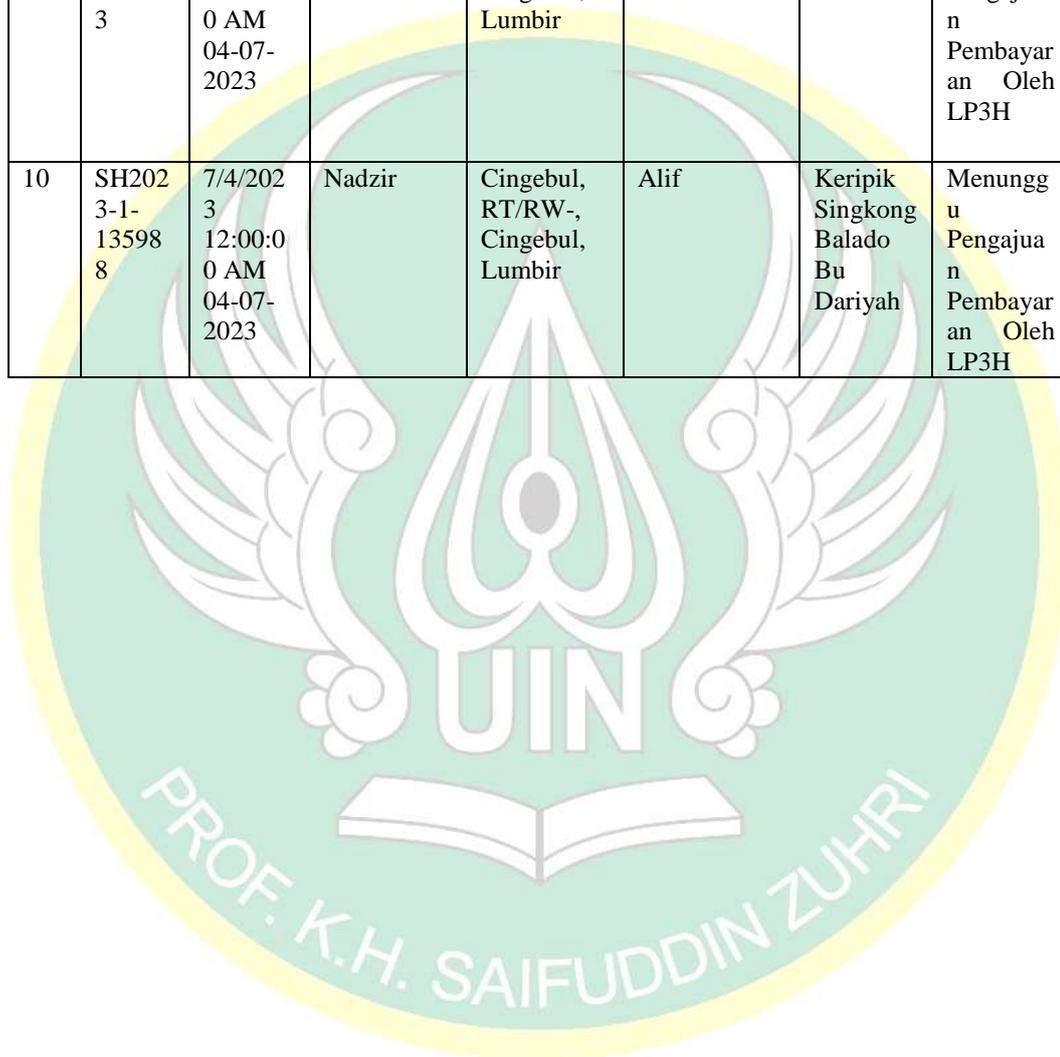
	3	0 AM 12-09- 2022		ah			Oleh LP3H
9	SH202 2-1- 07367 3	10/16/2 022 12:00:0 0 AM 16-10- 2022	Lianti Astin	Laren RT 03/RW 01 Bumiayu Brebes Laren Bumiayu	Nur Septiani	Asteen's Bakery	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
10	SH202 2-1- 05179 1	9/16/20 22 12:00:0 0 AM 16-09- 2022	Awalia Januarri	Kasih RT 3/ RW 2 Kasih Kertaneg ara	Nur Septiani	Liea Snack	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H



7. Alif

No	No. Daftar	Tgl. Daftar	Nama PU	Alamat	Nama Pendamping	Merk Dagang	Status Pembayaran oleh BPJPH
1	SH2023-1-113343	3/27/2023 12:00:00 AM 27-03-2023	Darsem	Kalikesur, RT/RW-, Kalikesur Kedung Banteng	Alif	Keripik Bu Dati	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
2	SH2023-1-116361	3/26/2023 12:00:00 AM 28-03-2022	Tia Rosmala	Pamijen, RT/RW-, Pamijen Baturraden	Alif	Renggina Singkong Bariklana	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
3	SH2023-1-524251	7/7/2023 12:00:00 AM 07-07-2023	Ghilman Rafie Mahardika	Dusun Kawunganten, RT/RW-, Kawunganten Lor, Kawunganten	Alif	Yeasty Go!!!	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
4	SH2023-1-134344	6/4/2023 12:00:00 AM 06-04-2023	Yatimah	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Keripik dan Saleh Pisang Sa'bani	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
5	SH2023-1-134673	6/4/2023 12:00:00 AM 06-04-2023	Suyati	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Keripik Singkong dan Talas Dua Putra	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
6	SH2023-1-135169	6/4/2023 12:00:00 AM 06-04-2023	Muhdir	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Keripik Tempe Berkah	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
7	SH2023-1-135522	6/4/2023 12:00:00 AM 06-04-2023	Wartini	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Aneka Makanan Ringan Bu Wartini	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh

8	SH2023-1-135818	6/4/2023 12:00:00 AM 06-04-2023	Anjumuzzurriyah	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Kue Kering Diana	LP3H Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
9	SH2023-1-135933	7/4/2023 12:00:00 AM 04-07-2023	Waslichah	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Izzi Kitchen	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H
10	SH2023-1-135988	7/4/2023 12:00:00 AM 04-07-2023	Nadzir	Cingebul, RT/RW-, Cingebul, Lumbir	Alif	Keripik Singkong Balado Bu Dariyah	Menunggu Pengajuan Pembayaran Oleh LP3H



Sehingga dengan adanya Pendamping PPH ini sangat membantu pihak konsumen dalam mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan jaminan produk halal. Hal ini sangat menguntungkan masyarakat dalam mendapatkan pengetahuan tentang halal.

<b>S</b> <sub>ource</sub>	<b>M</b> <sub>essage</sub>	<b>C</b> <sub>hannel</sub>	<b>R</b> <sub>ceiver</sub>
Keterampilan Komunikasi	Isi	Melihat	Keterampilan Komunikasi
Sikap	Elemen	Mendengar	Sikap
Pengetahuan	Perlakuan		Pengetahuan
Sistem Sosial			Sistem Sosial
Budaya			Budaya

Gambar 4.13 Tentang Modifikasi Model Komunikasi Pendamping

Proses Produk Halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Adapun penjelasan mengenai modifikasi model komunikasi pada Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal yang menggunakan Model Komunikasi SMCR David Kenneth Berlo ini diantaranya :

a. Sender atau Source

Pengirim pesan dalam komunikasi antara pendamping proses produk halal dan pemilik usaha adalah pendamping proses produk halal. Karena dalam melakukan tindakan menyebarkan informasi dan membuat banyak komunikasi yaitu pendamping proses produk halal.

1) Keterampilan Komunikasi (communication skills)

Keterampilan yang dimiliki oleh pendamping proses produk halal ini seperti komunikasi kepada pemilik usaha agar diterima. Pada saat melakukan komunikasi

pendamping proses produk halal harus memiliki caranya tersendiri agar komunikasi efektif itu berjalan dengan baik.

2) Sikap (Attitude)

Sikap yang harus dimiliki oleh pendamping proses produk halal dalam menghadapi pemilik usaha, bahkan ketika mendapatkan pemilik usaha yang tidak percaya tentang sertifikasi halal, pendamping hanya memaklumi karena kurang literasi saja. Contohnya Septi sebagai pendamping menanggapi pemilik usaha dengan sopan. Pemilik usaha memberikan pesan kepada Septi Assalamualaikumwr.wb ini benar nomornya Septi? Saya mau membuat sertifikat halal, syaratnya apa saja. Kemudian Septi menjawab Waalaikumusalam, Iya benar bu.

3) Pengetahuan (Knowledge)

Pengetahuan dalam melakukan sertifikasi halal bagi pendamping proses produk halal harus memiliki ilmunya. Seperti halnya materi yang dijelaskan pada melakukan pelatihan pendamping proses produk halal yaitu mengetahui persyaratan sertifikasi halal, halal dan haram dan lain sebagainya.

4) Sistem Sosial (social system)

Sistem sosial yaitu nilai-nilai, kepercayaan, dan agama memiliki kesamaan antara pendamping dan pemilik usaha yaitu Islam. Sehingga ketika menjelaskan mengenai sertifikasi halal atau halal dan haram mudah mengerti, terkecuali pemilik usaha yang literasinya kurang.

5) Budaya (culture)

Budaya adalah sistem sosial yang ada dimasyarakat, budaya juga juga termasuk faktor-faktor yang

mempengaruhi komunikasi. Pendamping proses produk halal memahami budaya yang dimiliki oleh pemilik usaha.

b. Message (pesan)

Pesan adalah isi komunikasi itu sendiri yang memiliki nilai untuk disampaikan ke komunikan oleh komunikator. Pesan ini disampaikan oleh halal center dan pendamping proses produk halal, pesan berisi mengenai sosialisasi sertifikasi halal.

1) Isi

Pada bagian ini pesan yang terjadi adalah mengenai sosialisasi antara pendamping proses produk halal dan pemilik usaha.

2) Elemen

Elemen adalah pelengkap isi sehingga komunikasi efektif.

3) Perlakuan (treatment)

Perlakuan (treatment) adalah pengemasan pesan yang disampaikan oleh pendamping proses produk halal terhadap pemilik usaha. Umpan balik pada saat melakukan sosialisasi terhadap pemilik usaha, dan ketika mendapat tanggapan baik itu umpan baliknya.

c. Channel

1) Mendengar

Pada saat pendamping memberikan informasi yang menjadi pendengar adalah pemilik usaha.

2) Melihat

Pemilik usaha melihat informasi tentang sertifikasi halal juga salah satunya karena melihat akun instagram halal center yaitu @saizu.halalcenter.

d. Receiver

1) Keterampilan Komunikasi (communication skills)

Keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh pemilik usaha agar dapat melakukan komunikasi efektif dengan pendamping proses produk halal adalah dengan memberikan informasi secara sederhana dan mudah dimengerti oleh pendamping proses produk halal.

2) Sikap (Attitude)

Sikap ketika melakukan komunikasi dengan pendamping proses produk halal akan lebih baik dengan mendengarkan dan melihatnya secara seksama agar mudah mengerti. Seperti pemilik usaha yang menghubungi Septi berisi pesan Assalamualaikum mba, saya pedagang yang mau bikin sertifikat halal mba, dapat info dari umkm selabaya, mohon bantuannya. Kemudian Septi menjawab Waalaikumussalam, Iya, sebelumnya sudah memilik NIB belum? Produk yang dijual apa saja iya?. Pemilik usaha menjawab belum mba, piscok, lumpia sayur dan ayam, martabak telur lumpia, bakwan toge, dan es campur.

3) Pengetahuan (Knowledge)

Pengetahuan ini memudahkan proses komunikasi dengan pendamping proses produk halal ketika memiliki usaha sedikit mengetahui informasi tentang sertifikasi halal dan mengenai halal dan haram.

4) Sistem Sosial (social system)

Sistem sosial yaitu nilai-nilai, kepercayaan, dan agama memiliki kesamaan antara pendamping dan pemilik usaha yaitu Islam. Sehingga ketika pemilik usaha meminta informasi dari pendamping proses produk halal mengenai sertifikasi halal atau halal dan haram mudah mengerti.

5) Budaya (culture)

Budaya adalah sistem sosial yang ada dimasyarakat, budaya juga juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi. Pendamping proses produk halal memahami budaya yang dimiliki oleh pendamping proses produk halal yaitu sama-sama memiliki latar belakang budaya Islami.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukan kajian secara mendalam pada penelitian “Model Komunikasi Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam Memfasilitasi Pendamping Proses Produk Halal”, penulis dapat menarik kesimpulan: model komunikasi dalam pendampingan proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah menggunakan model komunikasi SMCR Berlo yang mencakup empat elemen yaitu source (pengirim pesan), message (pesan), channel (media), receiver (penerima pesan). Pengirim pesan pada penelitian ini adalah halal center dan pendamping proses produk halal, pesan dalam penelitian ini tentang sosialisasi sertifikasi halal, pelatihan sertifikasi halal, pendampingan pada proses sertifikasi halal, channel pada penelitian ini yaitu akun ig @saizu.halalcenter dan grup whatsappnya yaitu pendamping HC Saizu dan websitenya yaitu s.id/saizu-halalcenter, penerima pesan adalah pemilik usaha dan pendamping proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### **B. Saran-Saran**

Saran yang dapat penulis rekomendasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Saran Akademis**

Bagi peneliti selanjutnya peneliti dapat menggunakan teori yang lain selain model komunikasi selain SMCR David Kenneth Berlo agar menambah wawasan baru dalam membuat penelitian. Bagi peneliti selanjutnya untuk lebih teliti lagi dalam memilih aspek yang termasuk kedalam komunikasi pada teori yang dipilih.

## 2. Saran Praktis

Peneliti berharap pusat kajian dan pengembangan “halal penginyongan” atau Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan pendamping proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk kedepannya terus maju dan lebih memperhatikan untuk melakukan komunikasi yang tepat agar sebuah proses komunikasi berjalan secara efektif. Hal itu tentu saja berpengaruh juga untuk melakukan komunikasi terhadap pemilik us



## DAFTAR PUSTAKA

Alimuddin, Nurwahidah “*Konsep Dakwah Dalam Islam*”, Jurnal Hunafa 4, no. 1 (Maret 2007) : 75.

Nur, Fatimah “*Jaminan Produk Halal Di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim*”, Jurnal Likuid 1, No. 1 (Januari 2015) : 45.

Charity, May Lim, “*Jaminan Produk Halal di Indonesia*”, *Jurnal Legislasi Indonesia* 14, no. 2 (Maret 2021) : 101.

Sawitri, Dyah, *Ekonomi Mikro dan Implementasinya* (Yogyakarta : Graha Ilmu 2014), 3.

Rachmawati, Rina, *Kewirausahaan* (Sleman : Deepublish 2020), 103.

Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 131.

Manurung, M. Latif, “*Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Di Kota Medan*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017).

Feridha, Suci “*Model Komunikasi Dalam Pengelolaan Wisata Halal Di Aceh Besar Dan Banda Aceh*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

Murnilawati, “*Model Komunikasi PT Herbal Network Indonesia Dalam Mensosialisasikan Produk Kosmetik Halal Di Kota Medan*”, (S.Sos Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018).

Djakfar, Inayatillah, Isnaliana, “*Model Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Produk Makanan Halal Bagi UMKM Dalam Mendukung Banda Aceh Menjadi Kota Wisata Halal*”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, No. 1 (Mei 2021) : 82.

Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok, Sleman, Jogjakarta : Ar-Ruzz Media 2012) : 56.

Murtiadi, Danarjati, Dwi Prasetia dan Ekawati, Ari Ratna *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta : Psikosain 2015) : 2.

Sukoco, Sampir Andrian, *New Komunikasi Pemasaran* ( Jember : CV Pustaka Abadi 2018), 7.

[https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjsla65yNqBAxWuxDgGHT8hAG8Q6AF6BAgJEAI](https://books.google.co.id/books?id=3l6tDwAAQBAJ&pg=PA6&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjsla65yNqBAxWuxDgGHT8hAG8Q6AF6BAgJEAI)

Rustan, Ahmad Sultra, *Pengantar Ilmu Komunikasi* ( Yogyakarta : Deepublish 2017), 102.

[https://books.google.co.id/books?id=Ezk2DwAAQBAJ&pg=PA101&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2mujFytqBAxVowTgGHfVBBvc4ChDoAXoECAUQAq](https://books.google.co.id/books?id=Ezk2DwAAQBAJ&pg=PA101&dq=model+komunikasi+Laswell&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2mujFytqBAxVowTgGHfVBBvc4ChDoAXoECAUQAq)

Ngalimun, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis* (Banjarmasin : Pustaka Baru Press 2017), 1, Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Riswandi, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), 1, Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Ginaldi, Goang, “*Model Komunikasi Tokoh Agama Dalam Penyelesaian Konflik*” (S.Sos Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020), 21. Elibrary UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dyatmika, Teddy, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta : Zahir Publishing 2020), 78.

[https://books.google.co.id/books?id=YmM0EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=komunikasi&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiO-8KLMuqBAxXfUGwGHlXCNSQ6AF6BAgGEAI](https://books.google.co.id/books?id=YmM0EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=komunikasi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiO-8KLMuqBAxXfUGwGHlXCNSQ6AF6BAgGEAI)

Budi Rayudaswati, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar : Kretakupa 2010), 15.

Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi “Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif”*, (Yogyakarta : Deepublish 2012), 55, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Yusuf, Muhamad Fahrudin *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta : Pustaka Ilmu 2021), 32.

Karyuningsih, Punco Dewi, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2016), 60, Elibrary UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Wijayanti, Qoniah Nur, “Aplikasi Model Komunikasi Berlo Dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia”, *Jurnal Komunikasi* 16, No. 1 (Maret 2022) : 103

Junaidi, Rohayati Madiawati Mamat et.al, “Engkaulah Adiwiraku Sebagai Saluran Informasi Covid-19 Berdasarkan Model Komunikasi SMCR Berlo”, *Malaysian Journal Of Communication* 39, no.1 (April 2023) : 446.  
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3901-25>

Sudirjo, Encep dan Alif, Muhammad Nur *Komunikasi dan Interaksi Sosial Anak* (Bandung : Salam Insan Mulia 2021), 13.  
[https://books.google.co.id/books?id=gME2EAAAQBAJ&pg=PA12&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIbnMQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=gME2EAAAQBAJ&pg=PA12&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIbnMQ6AF6BAgHEAI)

Pramana, Dodi, et.al, *Budaya Organisasi* (Medan : Kreasi Grap 2021), 25.  
[https://books.google.co.id/books?id=ImvFEAAAQBAJ&pg=PA25&dq=model+socr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjB2Mmvud2BAxXcqWMGHdDhAwM4ChDoAXoECAUQAg](https://books.google.co.id/books?id=ImvFEAAAQBAJ&pg=PA25&dq=model+socr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjB2Mmvud2BAxXcqWMGHdDhAwM4ChDoAXoECAUQAg)

Pieter, Herrizan, *Dasar-Dasar Komunikasi Bagi Perawat* (Jakarta : Kencana 2017), 42.  
[https://books.google.co.id/books?id=erJADwAAQBAJ&pg=PA43&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIbnMQ6AF6BAgGEAI](https://books.google.co.id/books?id=erJADwAAQBAJ&pg=PA43&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6sOX30NmBAxUA1zgGHQOIbnMQ6AF6BAgGEAI)

Muhith, Abdul, *Aplikasi Komunikasi Terapeutik* (Yogyakarta : Andi Offset 2018), 53.  
[https://books.google.co.id/books?id=fL9jDwAAQBAJ&pg=PA52&dq=model+socr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwix36TevN2BAxXnxzgGHX9OBR44FBD0AXoECAUQAg](https://books.google.co.id/books?id=fL9jDwAAQBAJ&pg=PA52&dq=model+socr+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwix36TevN2BAxXnxzgGHX9OBR44FBD0AXoECAUQAg)

Nofrion, *Komunikasi Pendidikan : Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi Dalam Pembelajaran*, (Jakarta : Kencana 2016), 35.  
[https://books.google.co.id/books?id=PnpXDwAAQBAJ&pg=PA36&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiKyZqg49mBAxUd4TgGHVJXBkI4ChDoAXoECAyQAg](https://books.google.co.id/books?id=PnpXDwAAQBAJ&pg=PA36&dq=MODEL+KOMUNIKASI+BERLO&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiKyZqg49mBAxUd4TgGHVJXBkI4ChDoAXoECAyQAg)

Mufid, Muhamad, *Komunikasikan dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta : Kencana 2010), 13.  
[https://books.google.co.id/books?id=gQPIDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwimj8i2qOqBAxWOWjgGHY2rCKgQ6AF6BAgKEAI](https://books.google.co.id/books?id=gQPIDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwimj8i2qOqBAxWOWjgGHY2rCKgQ6AF6BAgKEAI)

Usman, Abdul Rani, *Komunikasi Strategis Indonesia-Tiongkok* (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2021), 22.  
[https://books.google.co.id/books?id=xgJMEAAAQBAJ&pg=PR9&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwip5a61q-qBAxWdzTgGHSOeApg4FBD0AXoECAsQAg](https://books.google.co.id/books?id=xgJMEAAAQBAJ&pg=PR9&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwip5a61q-qBAxWdzTgGHSOeApg4FBD0AXoECAsQAg)

Hendrayady, Agus et.al., *Mengenal Ilmu Komunikasi* (Bandung : CV. Media Sains Indonesia, 2021), 108.  
[https://books.google.co.id/books?id=p8DOEAAAQBAJ&pg=PA172&dq=Pengantar+Ilmu+Komunikasi+agus&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBwfPIp-qBAxXIUWwGHUHcCAAQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=p8DOEAAAQBAJ&pg=PA172&dq=Pengantar+Ilmu+Komunikasi+agus&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBwfPIp-qBAxXIUWwGHUHcCAAQ6AF6BAgHEAI)

Octaviana, Elsi Setiandari Lely, *Komunikasi Kesehatan Etika dan Konseling* (Palembang : Bening Media Publishing 2020), 89.  
[https://books.google.co.id/books?id=CWsYEAAAQBAJ&pg=PA86&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-teqbo-qBAxWA-TgGHVcZBNkQ6AF6BAgNEAI](https://books.google.co.id/books?id=CWsYEAAAQBAJ&pg=PA86&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-teqbo-qBAxWA-TgGHVcZBNkQ6AF6BAgNEAI)

Antoni, *Riuhnya Persimpangan Itu "Profil dan Pemikiran Para Penggagas Kajian Ilmu Komunikasi,"* (Solo : Tiga Serangkai 2004), 43.  
[https://books.google.co.id/books?id=3DZkodoWeUC&pg=PA43&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiNosiJn-qBAxVhyDgGHQ\\_5AVwQ6AF6BAgFEAI](https://books.google.co.id/books?id=3DZkodoWeUC&pg=PA43&dq=model+komunikasi+berlo&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiNosiJn-qBAxVhyDgGHQ_5AVwQ6AF6BAgFEAI)

Bambang Sugiyono dan Susy Setiawati, *Becoming an Agile Facilitator (Menjadi Fasilitator Lincah dan Tangkas)*, (Malang 2022), 5. [https://books.google.co.id/books?id=ViaeEAAAQBAJ&pg=PA83&dq=teori+fasilitator&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi-95Xk-9uFAxXhSGcHHahMDn44ChDoAXoECAyQAg](https://books.google.co.id/books?id=ViaeEAAAQBAJ&pg=PA83&dq=teori+fasilitator&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi-95Xk-9uFAxXhSGcHHahMDn44ChDoAXoECAyQAg)

Adhari, Lendy Zelviea, *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Keberkahan Bisnis*, (Cirebon : Insania 2021), 60. [https://www.google.com/search?sca\\_esv=570868123&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKm7rZ7kUYU8okTT5JtLJaX0HQqpBQ:1696471089996&tbm=bks&q=inauthor:%22Lendy+Zelviean+Adhari%22&sa=X&ved=2ahUKEwjp6MK1592BAxUG2DgGHAE9BwUQ9Ah6BAgMEAY&biw=360&bih=680&dpr=2](https://www.google.com/search?sca_esv=570868123&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKm7rZ7kUYU8okTT5JtLJaX0HQqpBQ:1696471089996&tbm=bks&q=inauthor:%22Lendy+Zelviean+Adhari%22&sa=X&ved=2ahUKEwjp6MK1592BAxUG2DgGHAE9BwUQ9Ah6BAgMEAY&biw=360&bih=680&dpr=2)

Konoras, Abdurrahman, *Jaminan Produk Halal di Indonesia "Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen"*, (Depok : Rajagrafindo Persada 2017), 62. [https://books.google.co.id/books?id=WvsdEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Jaminan+Produk+Halal+di+Indonesia+%E2%80%9CPerspektif+Hukum+Perlindungan+Konsumen&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2peqrpuqBAxXSTWwGHZcxBAQ6AF6BAgNEAI](https://books.google.co.id/books?id=WvsdEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Jaminan+Produk+Halal+di+Indonesia+%E2%80%9CPerspektif+Hukum+Perlindungan+Konsumen&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwi2peqrpuqBAxXSTWwGHZcxBAQ6AF6BAgNEAI)

Rahayuningsih, Eka dan Ghozali, M. Lathoif "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Masalah Mursalah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, No. 1 (2021) 136, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>

Sukri, "Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal dan Produk Halal di Indonesia," *Jurnal Majalah Hukum Nasional* 5, no.1 (2021) : 75. <https://mhn.bphn.go.id>

Rahmi, Maisyarah *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal* (Palembang :Bening Media Publishing 2021), 80. [https://books.google.co.id/books?id=ezqoEAAAQBAJ&pg=PA79&dq=sertifikat+halal&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwic95a9t9yBAXUSimMGHSpocUIQ6AF6BAgKEAI](https://books.google.co.id/books?id=ezqoEAAAQBAJ&pg=PA79&dq=sertifikat+halal&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwic95a9t9yBAXUSimMGHSpocUIQ6AF6BAgKEAI)

Harahap, M. Guffar, et.al., *Industri Halal di Indonesia* (Banten : Sada Kurnia Pustaka 2023), 33. <https://books.google.co.id/books?id=NlbPEAAAQBAJ&pg=PA34&dq=prosedur>

[+sertifikasi+halal&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_nI\\_dvNyBAxXed2wGHeihD3EQ6AF6BAgKEAI](#)

Hasil wawancara dengan Dani Kusumastuti selaku ketua Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2 Maret 2023 pukul 10.00

Faridah, Hayyun Durrotul, “Sertifikasi Halal Di Indonesia : Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi “, *Journal Of Halal Product And Research 2*, No.2 (Desember 2019) : 73

Syafrida, “Peran Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal di Indonesia”, *Journal Of Law 2*, no.1 (Maret 2020) : 174.  
[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrKCbXCWxxlo4kYvJXLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696386115/RO=10/RU=http%3a%2f%2fjournal.unas.ac.id%2flaw%2farticle%2fview%2f817/RK=2/RS=qD.YlnR65a4mzCA3.cukEJZBD9w-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKCbXCWxxlo4kYvJXLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzQEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696386115/RO=10/RU=http%3a%2f%2fjournal.unas.ac.id%2flaw%2farticle%2fview%2f817/RK=2/RS=qD.YlnR65a4mzCA3.cukEJZBD9w-)

Ilyas, Musyfikah, “Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal Perspektif Maslahat,” *Jurnal Al-Qadau 4*, no.2 (Desember 2017) : 367.  
<https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/al-qadau/article/view/5682>

Utami, Vika Fitriyani, “*Tinjauan Maslahat Terhadap Pendamping Proses Produk Halal di PHC (Ponorogo Halal Center) IAIN Ponorogo*” (S.E. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023), 40-41.

J.W., Cresswell, *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*, London: SAGE Publication, International Educational and Professional. (1994), 183.

<https://www.google.co.id/search?hl=id&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22John+W.+Creswell%22>

Budiarko, Ardin Alfaruk “*Fenomenologi Mahasiswa Sebagai Entrepreneur Di Kota Pekanbaru (Teori Fenomenologi Alfred Schutz)*”, (S.I.Kom Skripsi, Universitas Islam Rian Pekanbaru, 2021).

Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin : Antasari Press 2021), 61.

[https://books.google.co.id/books?id=IinKEAAAQBAJ&pg=PR1&dq=pengantar+metodologi+penelitian+Rahmadi&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwil4aflkuiBAxXWZmwGHQxxBH4Q6AF6BAgNEAI](https://books.google.co.id/books?id=IinKEAAAQBAJ&pg=PR1&dq=pengantar+metodologi+penelitian+Rahmadi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwil4aflkuiBAxXWZmwGHQxxBH4Q6AF6BAgNEAI)

Sari, Mila et.al, *Metodologi Penelitian* (Sumatera Barat 2022), 104.

[https://www.google.com/search?sca\\_esv=570824042&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKnmSjnlxc2USS1VFURXQCjBvLegjQ:1696470292467&tbm=bks&q=inauthor:%22Arico+Ayani+Suparto%22&sa=X&ved=2ahUKEwil252p5N2BAxWp2DgGHb4QCxUQ9Ah6BAgNEAg&biw=360&bih=680&dpr=2](https://www.google.com/search?sca_esv=570824042&tbm=bks&sxsrf=AM9HkKnmSjnlxc2USS1VFURXQCjBvLegjQ:1696470292467&tbm=bks&q=inauthor:%22Arico+Ayani+Suparto%22&sa=X&ved=2ahUKEwil252p5N2BAxWp2DgGHb4QCxUQ9Ah6BAgNEAg&biw=360&bih=680&dpr=2)

Ariawan, Dudik, Sudiarta, Wayan dan Sudita, Ketut”Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada,” *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 9, no.2 (2019): 71, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>

Nuning Indah Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi,” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no.2 (Agustus 2017): 211-212.

Iryana, Risky Kawasati, “Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif”, 4.

Sutikno, M. Sobry, dan Hadisaputra, Prosmala, *Penelitian Kualitatif* (Lombok : Holistica Lombok, 2020). 103.

Bungin dan Burhan, M., *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007). 23.

Ni'matuzahroh dan Prasetyaningrum, Susansi, *Observasi Teori dan Aplikasi Dalam Psikologi* (Malang : Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang 2018), 36.

[https://books.google.co.id/books?id=CMh9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=observasi+non+partisipan&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiDq-SSstyBAxWObmwGHTrwDDIQ6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=CMh9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=observasi+non+partisipan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiDq-SSstyBAxWObmwGHTrwDDIQ6AF6BAgHEAI)

Ratnaningtyas, Endah Marendah, et.al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 25.

Rijali, Ahmad “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Alhadharah*, No. 33 (Juni 2018): 83.

Fitrah, Muh., dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, (Sukabumi : CV Jejak 2017), 86  
[https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&pg=PA85&dq=analisis+data+kualitatif+menurut+miles+dan+huberman&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjUzM2Vq9yBAxU7yDgGHXIMAHAO6AF6BAgHEAI](https://books.google.co.id/books?id=UVRtDwAAQBAJ&pg=PA85&dq=analisis+data+kualitatif+menurut+miles+dan+huberman&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjUzM2Vq9yBAxU7yDgGHXIMAHAO6AF6BAgHEAI)

Wajdi, Farid., Susanti, Diana, *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia* (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2021), 110.  
[https://books.google.co.id/books?id=4aJOEAAAQBAJ&pg=PA110&dq=self+declare+sertifikasi+halal&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjn65Wl0pCDAX91TgGHskZA-4Q6AF6BAgCEAI](https://books.google.co.id/books?id=4aJOEAAAQBAJ&pg=PA110&dq=self+declare+sertifikasi+halal&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjn65Wl0pCDAX91TgGHskZA-4Q6AF6BAgCEAI)

Halal Center UIN Saizu Purwokerto (@Saizu.halalcenter)” Prosedur Pendaftaran Pendamping Proses Produk Halal (P3H) Bagi Mahasiswa UIN Saizu Purwokerto 14 Desember 2023,  
<https://www.instagram.com/p/CpEMB1JPx13/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Sukoso, et.al, *Ekosistem Industri Halal* (Jakarta : Departemenen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020), 7.  
[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrPoZB3BIFljW8pDnjLQwx.;\\_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1702982904/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.bi.go.id%2fid%2fedukasi%2fDocuments%2fEKOSISTEM%2520HALAL%25202020.pdf/RK=2/RS=VjVNdDQyQTWTJ.9QsKwVMrk0zHc-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPoZB3BIFljW8pDnjLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1702982904/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.bi.go.id%2fid%2fedukasi%2fDocuments%2fEKOSISTEM%2520HALAL%25202020.pdf/RK=2/RS=VjVNdDQyQTWTJ.9QsKwVMrk0zHc-)

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

*Lampiran 1 : Transkrip wawancara*

*Identitas informan*

Nara Sumber : Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.

Agama : Islam

Usia : 46

Jenis kelamin : Perempuan

### **1. Kapan awal didirikan Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban: Sejak tahun 2021, tetapi belum berjalan. Setelah tahun 2022 sampai sekarang sudah melakukan pelatihan pendamping selama 4 kali offline dan online. Total 362 pendamping pph ditambah dikasih yang sudah dilatih langsung oleh bpjph pusat 672 yang sudah berno. Registered.

### **2. Mengapa halal center tergasas di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban: Karena mengikuti perkembangan UU Jaminan Produk Halal yang berlaku sejak 2014, mungkin dalam implementasi banyak tantangan sehingga baru berjalan sekarang. Karena bpjph menganggap kampus sangat potensial, seperti dalam tri dharma perguruan tinggi” melakukan pengabdian masyarakat untuk mendukung jaminan produk halal. Selain itu menjadi peluang bagi mahasiswa menjadi pendamping pph itu dia punya kompetensi lebih, yang memahami apa itu produk halal, bahan halal, proses produk halal seperti apa, dan kebermanfaatannya mahasiswa dalam membantu pelaku usaha memiliki sertifikat halal gratis.

### **3. Apa kendala halal center dalam memfasilitasi pendamping proses produk halal?**

Jawaban:

- a. Motivasi yang mengikuti pelatihan, mahasiswa hanya menginginkan sertifikat dan Padahal menjadi pendamping pph itu banyak peluang untuk mendapatkan uang.

- b. Ada yang semangat tetapi gaptek (gagap teknologi), sedangkan melakukan proses produk halal harus menggunakan sistem. Banyak yang kurang telaten untuk membuka materi yang telah dilatihkan dan enggan untuk mempraktekkan karena orang akan terampil jika sering mempraktekkan, jika ga dipraktekkan ya bingung terus. Ketelitiannya kurang sehingga kalo ada yang kelewat itu ngaruh dalam proses pendaftaran sertifikasi halal.

**4. Bagaimana Upaya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menjadikan pendamping PPH terbanyak ke-2 se-Jateng?**

Jawaban:

- a. Mencetak sdm pendamping pph
- b. Membina atau tepat konsultasi untuk hal-hal yang dilakukan dilapangan
- c. Syiar halal bahwa halal itu bukan hanya daging babi, melainkan mentega ga pake lemak babi, kuas untuk mengoleskan produk itu ga pake bulu babi.

**5. Apa yang terjadi jika pendamping pph tidak melakukan tugasnya?**

Jawaban: Jika sudah lama 2-3 tahun kalo ngerjain juga ga dapat honor karena namanya sudah tidak terdaftar, no.registered dicabut.

**6. Alasan bisa menjadi pendamping terbanyak kedua seJateng?**

Jawaban: Karena semangat dan motivasi syiar halal dan juga motivasi mendapatkan fee jadi pendamping pph seimbang dunia dan akhirat.

## *Wawancara 2*

### *Identitas informan*

Nara Sumber : Mahardika Cipta Raharja, SE, M.Si

Agama : Islam

Usia : 34

Jenis Kelamin : Laki-Laki

### **1. Jelaskan secara singkat mengenai Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto!**

Jawaban: Halal center (Pusat Kajian dan Pengembangan Halal) legal karena atasan langsungnya dibawah LPPM atau dinaungi LPPM. Secara de facto proses jaminan produk halal selaras karena kewajiban di Indonesia dari tahun 2003. Anggotanya mahasiswa dan alumni, dan ada umkm juga . Halal center 2022, lahirnya dari 2021 bu vivi ketuanya. 2020 udah lahir terkendala covid-19. Pendamping PPH khusus gratis (pelaku usaha), tapi pendamping mendapatkan fee dibiayain oleh negara. Halal center ditetapkan oleh Rektor sedangkan LPH ditetapkan oleh BPJPH . Halal center lahir karena untuk mengakomodir halal , kebijakan halal, bagaimana halal di Indonesia

#### **1. Apa saja tahapan-tahapan dalam sertifikasi halal?**

Jawaban: 1. Pengajuan ke BPJPH tergantung jalur reguler (LPH) atau self declare. Kalo PPH pakenya self declare. Pihak usaha ke BPJPH

2. Memilih didampingi oleh siapa
3. Pendamping PPH harus berada didalam satu lembaga namanya lembaga LP3H
4. Proses Verfal
5. Masuk Fatwa komisi fatwa (regular) komite fatwa (self declare). Setelah komite memutuskan tidak ada gangguan syariat. Dikembalikan ke BPJPH untuk menerbitkan sertifikat, melalui sistem melalui download.

#### **3. Bagaimana tugas Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ketika telah ditetapkan sebagai LP3H oleh BPJPH?**

Jawaban : Ketika ditetapkan sebagai LP3H yang telah ditetapkan oleh BPJPH memiliki kewajiban melatih pendamping. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pada pendamping, ketika halal ceter ditetapkan sebagai LP3H oleh BPJPH halal center memiliki kewajiban melatih pendamping karena nanti ketika sudah ada pendamping ditarget untuk mendampingi pelaku usaha. Kemudian harus bisa mendampingi sehingga dapat memperoleh stdmnya (dalam mendampingi untuk

pendamping). Karena tuntutan itu halal center mengadakan pelatihan. Untuk pelatihan tidak ada kepastian untuk berapa kali dalam setahun, hanya saja halal center sudah menargetkan untuk membuat suatu pelatihan, pelatihan sendiri selama 3 hari, pelatihan sudah dilakukan sekitar 4 kali online dan offline. Pendamping PPH sendiri membuat acara sendiri setelah mendapat pelatihan mulai dari penyuluh agama sampai melibatkan pendamping PPH.

**4. Apa saja manfaat dari adanya Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : a. Bagi yang suka dengan UMKM hal itu menjadi perluasan, bagaimana memastikan umkm produknya halal

b. Menjadi pekerjaan baru, satu kali dampingan diberikan honor oleh pemerintah 150.000 dipotong pajak (PPH/PPN), sekitar dapat 147.000an

Secara karier ketika sudah pernah jadi pendamping disarankan ikut menjadi penyelia halal (orang yang bertanggung jawab atas produk halal)

Penyelia halal ada dua grade: penyelia halal yang diakui BPJPH (1,6 jt) atau yang diakui BPJPH + Kompeten LSP (3,4jt). Profesi yang masih was-was.

Adapun manfaat halal center bagi pelaku usaha

c. Yaitu memudahkan pelaku usaha dalam memiliki sertifikasi halal

**5. Apa skill yang harus dimiliki oleh pendamping proses produk halal?**

Jawaban : sosialisasi dan IT

### *Wawancara 3*

#### *Identitas informan*

Nara Sumber : Nur Septiani

Agama : Islam

Usia : 23

Jenis Kelamin : Perempuan

#### **1. Apa alasan anda berkenan menjadi Pendamping Proses Produk Halal di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : Cari pengalaman dan tebar kemanfaatan

#### **2. Apa kendala selama menjadi pendamping?**

Jawaban : Kendala teknis seperti susah sinyal, diluar itu sering ditolak karena rendahnya pemahaman dan literasi masyarakat akan urgensi sertifikasi halal produk

#### **3. Apa saja manfaat dari Pendamping Proses Produk Halal?**

Jawaban : Ikut serta mensosialisasikan program pemerintah terutama sertifikasi halal produk, pengabdian masyarakat dan dakwah halal

#### **4. Berapa lama Anda menjadi Pendamping Proses Produk Halal di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : Surat tugas keluar bulan Maret 2022 dan saya beroperasi bulan Juli 2022 sampai dengan sekarang

#### **5. Apa yang membuat Anda bertahan sampai saat ini?**

Jawaban : Kemanfaatan dari sertifikasi halal ini sangat bagus, dan mumpung pemerintah sedang memfasilitasi program sehat untuk seluruh masyarakat di Indonesia dari Sabang sampai Merauke, jadi sangat disayangkan jika kita hanya berdiam diri atau mengacuhkan atau tidak memanfaatkan fasilitas tersebut

#### **6. Berapa UMKM atau pemilik usaha yang telah Anda bantu dalam pembuatan sertifikasi halal hingga saat ini?**

Jawaban : Yang sudah terbit sertifikat halal ada 90

#### **7. Apa saja kegiatan yang menarik menurut Anda selama menjadi Pendamping Proses Produk Halal di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : Terjun langsung ke masyarakat yang belum pernah ketemu sebelumnya dan pasti gak kenal, namun ini menjadi tantangan untuk diri sendiri agar lebih bisa memposisikan diri/beradaptasi dengan masyarakat yang memiliki banyak karakter.

**8. Bagaimana cara menjadi pendamping dalam mencari pemilik usaha yang mau didampingi?**

Jawaban : Door to door pernah, ke pasar pernah, keliling pas jalan-jalan jajan juga pernah, datang sendiri juga pernah.



#### *Wawancara 4*

##### *Identitas informan*

Nara Sumber : Nur Atika Dewi

Agama : Islam

Usia : 23

Jenis Kelamin : Perempuan

**1. Apa alasan Anda berkenan menjadi pendamping proses produk halal UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : Saya ingin membantu menghalalkan produk-produk UMKM yang belum mendapatkan logo halal tersebut berarti produk tersebut menggunakan bahan-bahan yang halal dan terjamin aman sehingga meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut.

**2. Mengapa Anda tidak bertahan menjadi pendamping proses produk halal?**

Jawaban : Awalnya saya belum punya laptop jadi saya sedang fokus skripsi. Jadi rencananya nanti setelah lulus saya baru memulai mencoba aktif menjadi pendamping PPH.

**3. Apakah Anda sudah pernah membantu umkm dalam pembuatan sertifikasi halal?**

Jawaban : Belum pernah

**4. Apakah ada hal yang membuat Anda memilih berhenti menjadi pendamping PPH?**

Jawaban : Tidak ada

**5. Apa saja saran untuk orang yang akan menjadi pendamping di Halal Center UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?**

Jawaban : Harus amanah dan teliti pada saat memasukkan data-data pelaku usaha

*Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian*



00.34 4G 787 47% 00.36 4G 77 81% 47%

← Dewi

1. Apa alasan anda berkenan menjadi pendamping PPH UIN Saizu?  
 Jawab: saya ingin membantu menghalalkan produk<sup>2</sup> UMKM yang belum mendapatkan logo halal karena dengan adanya logo halal tersebut berarti produk tersebut menggunakan bahan-bahan yang halal dan terjamin aman sehingga meyakinkan pembeli untuk membeli produk tersebut.

2. Mengapa anda tidak bertahan menjadi pendamping PPH?  
 Jawab: awalnya saya belum punya laptop jadi saya belum aktif dan sekarang saya sedang fokus skripsi. Jadi rencananya nanti setelah lulus saya baru mulai mencoba untuk aktif menjadi pendamping PPH.

3. Apakah anda sudah pernah membantu umkm dalam pembuatan sertifikat halal?  
 Jawab: belum pernah

4. Apakah ada hal yang membuat anda memilih berhenti menjadi pendamping PPH?  
 Jawab: tidak ada

5. Apa saja saran untuk orang yang akan menjadi pendamping PPH UIN Saizu?  
 Jawab: harus amanah dan teliti pada saat memasukan data-data pelaku usaha

ada yg bersertifikat halal jadinya saya n...  
 ok, kamu bisa arahkan pembuat makanannya utk beli ayam yg sdh sertif halal, bisa iudaa este cariova 08.05

Begini? 08.05

Boleh 08.06 ✓✓

Nek pak mahar ada ga? 08.06 ✓✓

Mbuh bentar 08.07

Boleh 08.09 ✓✓

Kon udah harus sesuai dengan yg didaftar. Boleh pakai kbl lain asalkan ada kesesuaian 20.13

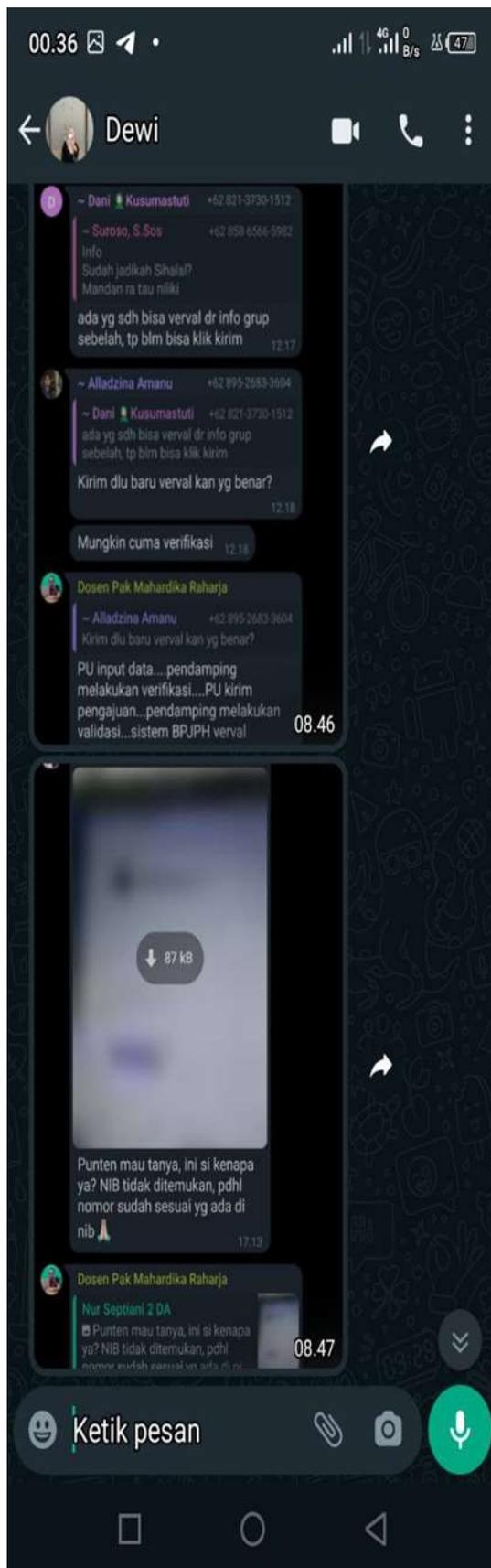
- Dani Kusumastuti +62 821 0700-1512  
 dari daftar yg baru direlease, dpt saya pahami bhw pada ada dasarnya, SIAP SANTAP:boleh ada bhn daging hanya bukan utama, dan hrs dipastikan bahan daging bersertifikat halal, tetap kaidah ini dipakai. 20.14

Doan Pak Mahardika Raharja  
 +62 823-2509-7639  
 Ibu om bertanya, ini ada PU yang menanyakan kalo rica-rica enak, tpi enak nya di sembelih sendiri dan isyall...  
 Aturan sementara saat ini setiap sembelihan hrs berasal dr RPH bersertifikat halal atau dr daging kemasan bersertifikat halal.  
 Nah ke depan nunggu regulasi ttg kemudahan RPH skala mikro. 20.14

+62 823-2509-7639  
 Doan Pak Mahardika Raharja 08.12  
 Aturan sementara saat ini setiap

Begitu? 08.13

Ketik pesan



00.37 00.37

Septi Septi

Kan pas wawancara yang kemarin ke hapus semua, bisa mintol wawancara ulang ga? 12.09 ✓✓

Kamu berkenan ga? 12.09 ✓✓

Aku Atin maaciw 12.59 ✓✓

waalaikumussalam 17.36

ya udh, sini mba kirim pertanyaannya 17.36

1. Apa alasan anda berkenan menjadi pendamping PPH di halal center UIN Saizu?
2. Apa kendala selama menjadi pendamping?
3. Apa saja manfaat dari menjadi pendamping PPH?
4. Berapa lama anda menjadi pendamping PPH UIN Saizu?
5. Apa yang membuat anda bertahan sampai saat ini?
6. Berapa umkm atau pemilik usaha yang telah anda bantu dalam pembuatan sertifikat halal hingga saat ini?
7. Apa saja kegiatan yang menarik menurut anda selama menjadi pendamping PPH UIN Saizu?

18.17 ✓✓

1. Cari pengalaman & tebar kemanfaatan
2. Kendala teknis seperti susah sinyal, di luar itu sering ditolak karena rendahnya pemahaman dan literasi masyarakat akan urgensi sertifikasi halal produk
3. Ikut serta mensosialisasikan program pemerintah terutama sertifikasi halal produk, pengabdian masyarakat dan dakwah halal
4. Surat tugas keluar bulan Maret 2022 dan saya beroperasi bulan Juli 2022 sampai dengan sekarang
5. Kemanfaatan dari sertifikasi halal ini sangat bagus, dan mumpung pemerintah sedang memfasilitasi program sehat untuk seluruh masyarakat di Indonesia dari Sabang sampai Merauke, jadi sangat disayangkan jika kita hanya berdiam diri atau mengacuhkan atau tdk memanfaatkan fasilitas tsb
6. yang udh terbit sertHalal ada 90
7. Terjun langsung ke masya... Baca selengkapnya

19.01

Minta tolong kirim fotonya juga pas ✓✓

Ketik pesan Ketik pesan



*Lampiran 3 : Daftar Riwayat Hidup***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Atin Prihatin
2. NIM : 1917102045
3. Tempat/Tgl.Lahir : Indramayu, 07 Februari 2000
4. Alamat Rumah : Blok Pulo RT/RW:17/06, Desa Telukagung,  
Kec/Kab : Indramayu
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Sugono  
Nama Ibu : Kusniawati

**B. Riwayat Pendidikan**

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI : SD N Rambatan Kulon III
  - b. SMP/MTs : MTs N Lohbener
  - c. SMA/SMK : SMK Ma'arif Langut
  - d. S1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin  
Zuhri Purwokerto (2019-2024)

**C. Pengalaman Organisasi**

1. Staff Senat Mahasiswa Fakultas Dakwah (2020)
2. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (2020-2022)
3. Komunitas Radiostar (2021-2022)

Purwokerto 24 Maret 2024



Atin Prihatin