

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemunculan produk-produk baru dengan proses produksi, bahan-bahan, dan peralatan yang lebih rumit menimbulkan banyak permasalahan, salah satunya adalah meningkatnya kemungkinan terjadi kontaminasi atau tercampurnya makanan yang pada dasarnya halal zatnya dengan bahan yang haram. Kontaminasi tersebut dapat terjadi ketika bahan-bahan dicampur, diproses, diproduksi, penggunaan alat produksi, proses pendistribusian dan sebagainya. Inilah sebabnya mengapa masyarakat perlu waspada dan berpikir panjang ketika ingin mengonsumsi suatu produk.

Pada zaman dahulu, orang dapat dengan mudah membedakan mana yang halal dan mana yang haram. Berbeda dengan zaman sekarang, ketika kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi termasuk teknologi makanan, telah berkembang dengan pesat, di hadapan kita terdapat aneka jenis produk makanan olahan, minuman dengan berbagai rasa, obat-obatan, dan kosmetik dengan berbagai jenis dan corak. Semuanya terdiri dari berbagai macam bahan yang telah diproses dengan mesin canggih dan dicampur dengan campuran bahan kimiawi, sehingga sulit untuk menemukan asal usulnya lagi. Meskipun komposisinya tercantum dalam setiap kemasannya, masih sulit difahami karena menggunakan istilah ilmiah yang sulit difahami oleh orang awam.

Kebutuhan konsumsi makanan dan minuman bukan hanya untuk keberlangsungan hidup melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan

nutrisi yang diperlukan dalam tubuh.¹ Masalah pangan dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan, oleh karena itu, sangat penting untuk mengawasi dan mengendalikan masalah pangan tersebut. Masyarakat harus berhati-hati saat mengonsumsi makanan, obat-obatan, atau produk kecantikan dalam situasi dan kondisi saat ini. Barang-barang haram yang secara tegas dilarang oleh hukum syariah untuk dikonsumsi, sering tercampur dengan barang-barang yang halal pada saat pengolahan, penyimpanan, dan pendistribusiannya, sehingga dapat berujung pada penipuan.

Masalah klasik kualitas pangan, selalu berhubungan dengan masalah kesehatan dan status kehalalan produk. Kedua permasalahan ini selalu muncul dan khusus jaminan halal memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan. Permasalahannya, banyak kelompok di Indonesia yang melihat jaminan halal hanya melalui kaca mata hukum Islam dan prinsip-prinsip agama saja, tidak dilihat dari segi ekonomi, bisnis dan politik yang juga ikut berperan didalamnya. Akan ada banyak manfaat bagi pemerintah, negara, dan masyarakat ketika standar jaminan halal diterapkan. Pemberian jaminan halal jelas akan menambah penerimaan kas negara berupa tarif atau non pajak. Secara politis, posisi negara dalam hal pengakuan mutu pangan juga akan kuat di pasar global dengan adanya jaminan halal yang terstandarisasi.

Di sisi lain, persoalan tentang halal dan haram sebenarnya menyangkut penerapan hukum Islam secara lebih umum.² Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah yang dituangkan dalam peraturan resmi. Bahan pangan yang belum dimodifikasi secara genetik atau terkena

¹ Bagian Proyek Pembinaan Pangan Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat dan Penyelenggaraan Haji, "*Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*", (Jakarta : Departemen Agama RI, 2003) hlm 1

² Yusuf Qardhawi, "*Halal Haram Dalam Islam*", (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), hlm.17.

radiasi dengan cara yang melanggar hukum syariah dianggap halal menurut Peraturan Pemerintah no. 69 Tahun 1999. Hal ini tidak hanya mencakup bahan mentah yang digunakan untuk membuat makanan tersebut, tetapi juga bahan tambahan, bahan penolong, atau bahan apa pun atau zat lain yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam.³

Memberikan pemahaman tentang konsep *halal thayyiban* kepada konsumen muslim sangatlah penting. Semua produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikasi halal, sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tapi kenyataannya tidak semua produk yang beredar di masyarakat sudah terjamin kehalalannya. Sertifikasi hanyalah bagian terkecil dari apa yang menjadikan produk tersebut halal. Memastikan kehalalan proses produksi juga perlu diperhatikan terutama industri kecil dan rumah tangga.⁴

Majelis Ulama Indonesia mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika MUI (LP POM) untuk melakukan pengkajian kehalalan produk di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetika dengan tujuan untuk memberikan kepastian akan jaminan halal. Kegiatan sertifikasi halal telah diinisiasi oleh LP POM MUI untuk memastikan seluruh produk memenuhi syariat Islam.

Perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk memproduksi produk halal. Sertifikat Halal MUI diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk memberikan keyakinan dan rasa aman pada konsumen.⁵ Masyarakat sebagai konsumen akan lebih yakin terhadap perusahaan yang

³ *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, hlm.6

⁴ Lihat UU Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada pasal 3.

⁵ Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum System Jaminan Halal LPPOM-MUI*, (Jakarta: LPPOM MUI, 2008), hlm. 7

menerapkan jaminan produk halal yang diawasi secara langsung oleh negara yang dianggap paling berwenang memberikan sanksi dan tekanan hukum bila dianggap perlu.⁶

Produk halal dapat dikategorikan sebagai produk yang berkualitas tinggi dan higienis, sesuai dengan Standar Jaminan Halal.⁷ Keberadaan Jaminan Produk Halal memberikan akses kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan komprehensif baik secara kuantitas maupun kualitas dari produk yang dikonsumsi. Dengan hal ini, perilaku yang merugikan masyarakat bahkan membahayakan keselamatan dan kesehatan, seperti penggunaan pewarna yang tidak diperuntukkan, praktik-praktik kadaluwarsa, serta penggunaan bahan berbahaya, dapat dihindari.

Kehalalan makanan dan minuman merupakan masalah pokok dan mendasar bagi keberlangsungan hidup umat Islam. Selain itu, mengonsumsi makanan halal mempunyai dampak yang signifikan terhadap perilaku manusia dalam banyak hal, antara lain menjaga keseimbangan spiritual, mengembangkan sikap berani membela ajaran Allah dan Rasul-Nya, membersihkan hati dan lisan dari perkataan yang tidak baik, dan meningkatnya rasa percaya diri akan kehadiran dihadapan Allah SWT kelak.

Sertifikat halal merupakan cara jitu untuk mengetahui bahwa makanan yang dikonsumsi adalah halal. Produsen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produknya yang sudah memiliki sertifikat halal dengan menambahkan logo halal pada kemasan. Adanya Sertifikasi halal ini dapat dijadikan sebagai alat strategi untuk

⁶ *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, hlm 3

⁷ *Buku Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal*, hlm 4

memberikan edukasi kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya produk halal.

Dengan demikian, informasi tentang kehalalan produk dapat disampaikan dengan cara mensosialisasikan akan pentingnya produk halal. Hal ini dapat disampaikan kepada konsumen muslim agar lebih peduli terhadap kehalalan produk, dan mendorong para produsen untuk memberikan jaminan halal kepada pelanggannya. Berdasarkan masalah-masalah yang diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait **“Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Program Sertifikasi Halal”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dituliskan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kajian ilmu dakwah dan semoga dapat bermanfaat dan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Dakwah dan strategi komunikasi dalam bidang sertifikasi halal di wilayah Provinsi Banten

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya gambaran yang jelas secara deskriptif tentang strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Majelis Ulama Indonesia Provinsi Banten melalui sertifikasi halal, dapat digunakan untuk meningkatkan peran strategi komunikasi dari Majelis Ulama Indonesia di Provinsi Banten. Melalui penelitian ini juga dapat menjadi bahan bacaan dan informasi mengenai Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Terdapat banyak penelitian sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi. Oleh karena itu, untuk mencegah kesamaan penulisan dengan karya lain, penulis mengutip beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, ada beberapa karya tulis yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Nurfauziah Malinda, dkk (2023) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul : “*Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Fatwa-Fatwa Kepada*

Masyarakat”.⁸ dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Berdasarkan temuan dalam penelitian tersebut, menyatakan bahwa strategi yang digunakan oleh Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah dengan dua cara, yakni secara langsung, yakni melalui sosialisasi, Muzakarah juga melalui kerja sama dengan pemerintahan. Sedangkan secara tidak langsung, dilakukan melalui group-group whatsapp, facebook dan web. Sedangkan hambatan yang diperoleh yakni sebatas terkendala jarak dan waktu, serta masyarakat yang kadang sulit untuk mengakses melalui media online. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya berfokus pada sosialisasi fatwa-fatwa kepada masyarakat sedangkan penelitian ini yakni berfokus pada sosialisasi program sertifikasi halal. Persamaannya yakni terletak pada subjek penelitian yakni sama-sama meneliti Majelis Ulama Indonesia dan pada metode penelitian yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Salman dkk (2022), yang berjudul “*Strategi Bimbingan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman di Kota Medan*”.⁹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan pembinaan yang digunakan MUI Sumatera Utara dalam mensosialisasikan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman di Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan

⁸ Nurfauziah Malinda (dkk), “Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Fatwa-Fatwa Kepada Masyarakat”, *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 2, No. 9. (2023) hlm. 1977

⁹ Salman (dkk),. “Strategi Bimbingan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman di Kota Medan”, *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.2 No.3 (2022), hlm 765.

fenomenologi dengan metode kualitatif deskriptif. Observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Berdasarkan temuan penelitian ini, LPPOM MUI Sumatera Utara menggunakan dua strategi pengembangan yakni Pelatihan CEROL SS23000 dan Pelatihan Sistem Jaminan Halal (SJH). Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah terletak pada objek dan tempat penelitian. Objek dan tempat pada penelitian terdahulu yakni strategi Bimbingan MUI Sumatera Utara sedangkan penelitian ini yakni Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten. Sedangkan Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni pada subjek dan metode penelitian. Subjek penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah LPPOM MUI, metode yang digunakan yakni pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Ridho Falah Adli (2016) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul : “*Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar*”.¹⁰ Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya ormas baru yang dinamakan ormas GAFATAR (Gerakan Fajar Nusantara) pada tahun 2015. Ormas tersebut mengatasnamakan islam tetapi tidak menjalankan kewajiban yang dilakukan oleh umat Islam pada umumnya, dan mereka mempercayai adanya nabi terakhir setelah Nabi Muhammad saw yaitu Ahmad Musadeq yang merupakan ketua dari aliran *Al-Qiyadah Al-Islamiyah*. Dengan adanya masalah ini MUI mengeluarkan fatwa bahwa ormas tersebut beraliran sesat dan menyesatkan. Tujuan penelitian ini

¹⁰ Ridho Falah Adli, “Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar” (Skripsi pada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2016)

adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh MUI dalam mensosialisasikan fatwa sesat Ormas Gafatar dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat serta solusi dalam mensosialisasikan fatwa tersebut. teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori strategi komunikasi dari Hafied Cangara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MUI dengan diwakili oleh Komisi Dakwah dan Pengembangan Masyarakat mensosialisasikan fatwanya berdasarkan lima tahapan, yakni tahap penelitian, perumusan strategi, pelaksanaan strategi berupa RAKORNAS dan mengadakan Pelatihan serta evaluasi dan pelaporan. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian terdahulu yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yakni terletak pada subjek dan tempat penelitian. Subjek penelitian terdahulu yakni MUI Pusat sedangkan subjek penelitian ini yakni LPPOM MUI Provinsi Banten. Persamaannya terletak pada metode penelitian yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Ardylas Y. Putra (2014) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda yang berjudul: “Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba.”¹¹ Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penyalahgunaan narkoba yang terjadi yang membuat banyak orang tua merasa takut anak-anaknya menggunakan barang haram tersebut. menurut pihak BNN sendiri mengakui bahwa Samarinda merupakan kota dengan persentasi pengguna narkoba terbanyak di daerah Kaltim,

¹¹ Ardylas Y. Putra, “Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2 No.2 (2014), hlm 78-88

sehingga meningkatkan rasa khawatir para orang tua dan keluarga akan penyalahgunaan narkoba yang melibatkan anggota keluarganya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi BNN untuk membuat masyarakat sadar akan bahayanya penyalahgunaan narkoba serta faktor pendukung dan penghambatnya. metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yakni dengan menggunakan 2 strategi pertama dengan strategi komunikasi bertatap muka seperti seminar dan penyuluhan. Kedua, dengan strategi komunikasi bermedia seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan juga media elektronik seperti televisi swasta yang ada di Kota Samarinda. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yakni terletak pada objek penelitiannya sedangkan persamaan penelitian yakni sama-sama meneliti tentang Strategi Komunikasi.

Tabel 1.1
Matrix Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode	Teori	Hasil
1.	Nurfauziah Malinda, Achiriyah, Abdul Rasyid (2023) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Strategi	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (<i>field</i>)	Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni strategi komunikasi dari Hafied Cangara	Strategi yang digunakan oleh Majelis Ulama Indonesia Provinsi Sumatera Utara adalah dengan dua cara, yakni secara langsung, yakni melalui

	komunikasi majelis ualam indonesia provinsi sumatera utara dalam mensosialisasikan fatwa-fatwa kepada masyarakat.	<i>reseach</i>) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif		sosialisasi, Muzakarah juga melalui kerja sama dengan pemerintahan. Sedangkan secara tidak langsung, dilakukan melalui group-group whatsapp, facebook dan web. Sedangkan hambatan yang diperoleh yakni sebatas terkendala jarak dan waktu, serta masyarakat yang kadang sulit untuk mengakses melalui media online.
2.	Salman, Nispul Khoiri, Erwan Efendi, Universitas Islam	Pendekatan fenomenologi dengan metode	Teori yang digunakan yakni Teori strategi Pengembangan	Berdasarkan temuan penelitian ini, LPPOM MUI Sumatera Utara

	Negeri Sumatera Utara Medan, (2022) “ Strategi Bimbingan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumatera Utara Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Kota Medan”	kualitatif deskriptif		menggunakan dua strategi pengembangan yakni Pelatihan CEROL SS23000 dan Pelatihan Sistem Jaminan Halal (SJH).
3.	Ridho Falah Adli (2016) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta “ Strategi Komunikasi Majelis Ulama	Metode yang digunakan yakni metode penelitian deskriptif kualitatif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori strategi komunikasi dari Hafied Cangara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa MUI dengan diwakili oleh Komisi Dakwah dan Pengembangan Masyarakat mensosialisasikan fatwanya berdasarkan lima tahapan, yakni tahap penelitian, perumusan

	Indonesia (MUI) Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar”			strategi, pelaksanaan strategi berupa RAKORNAS dan mengadakan Pelatihan serta evaluasi dan pelaporan
4.	Ardylas Y. Putra (2014) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda “ Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba”.	Metode yang digunakan yakni metode penelitian deskriptif kualitatif.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni penggabungan dari teori SMCR dan Teori Lasswell	Hasil dari penelitian ini yakni dengan menggunakan dua strategi pertama dengan strategi komunikasi bertatap muka seperti seminar dan penyuluhan. Kedua, dengan strategi komunikasi bermedia seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan juga media elektronik seperti

				televisi swasta yang ada di Kota Samarinda.
--	--	--	--	---

Kelebihan metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini yakni metode kualitatif deskriptif yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang dikaji, yaitu strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Peneliti dapat menggali informasi secara lebih rinci dan komprehensif melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen terkait. Metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus bersifat fleksibel, artinya peneliti dapat menyesuaikan rancangan penelitian, pengumpulan data, dan analisis sesuai dengan perkembangan di lapangan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih relevan dengan tujuan penelitian. Hasil dari penggunaan metode ini nantinya dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi pihak-pihak terkait, seperti MUI, dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dalam mensosialisasikan sertifikasi halal di masa mendatang.

Keunggulan teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yakni memungkinkan analisis yang lebih menyeluruh terhadap strategi komunikasi. Teori SMCR memfokuskan pada elemen-elemen kunci yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, sehingga peneliti dapat mengkaji masing-masing elemen secara lebih mendalam. Teori SMCR juga dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi,

termasuk komunikasi organisasi dan komunikasi publik, sehingga lebih fleksibel dalam penelitian strategi komunikasi MUI.

Hasil penelitian ini nantinya akan berfokus pada strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Penelitian ini nantinya akan menguraikan program-program sosialisasi yang dilakukan oleh MUI Provinsi Banten. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan secara lebih rinci faktor penghambat dan faktor pendukung dari strategi komunikasi yang digunakan. Dengan kebaruan konteks, kedalaman analisis, kontribusi teoritis, dan keterwakilan perspektif pemangku kepentingan, hal ini dapat memberikan nilai tambah yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu dan memperkaya pemahaman mengenai strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan program sertifikasi halal.

F. Sistematika Pembahasan

- BAB I** : Pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, dimana akan digambarkan kondisi objektif dan idealnya tampak adanya masalah. Kemudian dilanjutkan rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.
- BAB II** : Kajian Pustaka dan Landasan Teori, dimana di dalamnya menjelaskan uraian tentang Strategi Komunikasi MUI Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal dan teori yang digunakan.
- BAB III** : Metodologi Penelitian, dimana di dalamnya menjelaskan tentang Metode Penelitian, Lokasi dan Tempat Penelitian,

Informa penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan, dimana di dalamnya berisi gambaran umum lokasi penelitian, mnguraikan hasil penelitian, dan pembahasan secara ilmiah.

BAB V : Penutup, dimana di dalamnya membahas tentang kesimpulan dan saran yang telah penulis dapatkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.