

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Strategi komunikasi merupakan langkah utama yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang maksimal, baik oleh individu, kelompok maupun dalam instansi dan perusahaan. Strategi komunikasi sangat penting untuk dipikirkan, direncanakan dan dijalankan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan atau ditargetkan, seperti halnya strategi komunikasi yang harus dilakukan Komunitas Teman Halal Regional Bandung dalam mensosialisasikan dan menyebarkan informasi mengenai program-programnya yang menyangkut mengenai perhalalan (gaya hidup halal), untuk membangun kesadaran pentingnya gaya hidup halal.

Dalam mencapai keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, karena dengan adanya strategi komunikasi kita dapat mengemas dan mengelola komunikasi dengan baik, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dan bagaimana rencana strategi komunikasi tersebut dilaksanakan tergantung dalam perusahaan, atau komunitas tersebut, besar kemungkinan keberhasilan dari strategi komunikasi itu tergantung dari orang-orang atau unsur yang terkait dan terlibat didalamnya.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2018: 32), Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan

manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Teman Halal Regional Bandung untuk mengenalkan program-program dan mengedukasi perhalalan harus dapat tersampaikan dan terealisasikan dengan baik dan benar pada masyarakat, khususnya pada generasi milenial kota Bandung, sehingga diperlukan strategi yang baik dan tepat.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Teman Halal sebagai objek dari penelitian karena Teman Halal sebagai Fasilitator Gaya Hidup Halal. Teman Halal melakukan upaya untuk mengedukasi perhalalan (gaya hidup halal) pada masyarakat atau khalayak luas, khususnya generasi milenial yaitu dengan menggunakan media sosial dan membuat sebuah Komunitas Teman Halal Regional Bandung sebagai penggerak dalam membangun kesadaran gaya hidup halal. Peneliti melakukan penelitian ini berdasarkan kesadaran akan kurangnya edukasi perhalalan (gaya hidup halal) pada peneliti pribadi, dan Indonesia darurat halal.

Menurut GIEI (*Global Islamic Economy Indicator*) di tahun 2018/2019, menobatkan Indonesia sebagai negara dengan peringkat nomer 10 Halal Dunia, padahal Indonesia merupakan negara muslim terbesar di Dunia, kalah telak dengan Malaysia yang bertengger di peringkat 1.

Polemik lainnya adalah salah satu pasar ayam potong halal dunia, dikuasai oleh negara non-muslim, yaitu Brazil. Sedangkan Indonesia, di beberapa Rumah Potong Hewan (RPH) pun masih belum terjamin kehalalan penyembelihannya. Padahal ayam merupakan salah satu bahan baku yang dikonsumsi sehari-hari oleh

masyarakat Indonesia, dan menurut prof Irwandi Jaswir, salah satu Profesor yang menjadi pakar halal dunia menyebutkan bahwasanya Indonesia sangat berpotensi menjadi eksportir ayam potong halal Dunia. Namun karena kurangnya pengetahuan dan *awareness* terhadap halal, menjadikannya hambatan utama. Hal itupun yang menjadikan Indonesia tidak masuk kedalam top 10 klasemen Halal *Food* dunia, padahal makanan adalah sebuah kebutuhan dasar yang selayaknya terjamin kehalalannya. Hal tersebutlah yang semakin mendasari Indonesia Darurat Halal.

Selain makanan, salah satu sektor industri halal adalah media, Indonesia mendapatkan poin 16, jauh berbeda dari Uni Emirat Arab (UAE) yang memiliki poin 109 di puncak klasemen. *Awareness* terhadap halal menjadi salah satu acuan penilaian terhadap media sehingga ia dikatakan media yang halal. Jika kualitas media Indonesia dari sudut pandang halal seperti itu, dapatkah kita bertanya pada diri kita sendiri, sejauh manakah kita selama ini aware terhadap halal? Sudahkah kita memastikan kehalalan segala hal yang kita konsumsi?

Keresahan tersebut menjadi semangat terlahirnya Teman Halal untuk dapat memfasilitasi masyarakat Indonesia, juga sebagai teman yang kebersamai dalam menjalankan gaya hidup halal, dengan memaksimalkan peran di sektor-sektor yang sudah ada. Konsep pembentukan Teman Halal ini dimulai dengan adanya Komunitas Teman Halal Regional Bandung sebagai pilot projek agar suatu saat nanti konsep tersebut dapat diadopsi di berbagai kota dan daerah di seluruh Indonesia, bahkan dunia.

Salah satunya adalah dengan dibangun sebuah *platform* media edukasi dan informasi gaya hidup halal untuk membangun kesadaran masyarakat terkait

pentingnya bergaya hidup halal, sebuah upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui media halal. Misalnya dengan menggunakan media sosial (seperti Instagram) dalam mensosialisasikan informasi terkait gaya hidup halal.

Teman Halal sendiri salah satu bagian yang dibentuk oleh IMHCorp (Indonesia Madani Harmoni Corporation). Teman Halal sebagai *platform* edukasi halal, selain itu sebagai *platform* bisnis. Teman Halal pada awalnya memiliki kantor di Jalan Gegerkalong Girang No.72, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat.

Dalam menyebarkan informasi gaya hidup halal, Teman Halal membentuk Komunitas Teman Halal Regional Bandung. Silaturahmi yang terjadi dengan *adders* dan *followers* di media sosial Teman Halal menjadi corong utama penyampaian *value* tentang halal, dan dengan banyaknya masyarakat dengan keresahan yang sama, bahwa Indonesia darurat halal, adanya desakan-desakan dari mereka yang ingin belajar tentang ilmu halal dan ingin menyebarkanluaskannya bersama-sama. Itu yang menjadi awal mula ide pembentukan komunitas sebagai media penyebaran *value* halal dalam dunia nyata.

Teman Halal juga melakukan mini riset pada tahun 2018 di *official account* Line Teman Halal mengenai definisi Halal, dan berikut kutipan Faisyal Muhammad Syahri Alwi selaku *CEO* dan *Founder* IMH Corp & Teman Halal Bandung dari mini riset tersebut :

“Dalam mengetahui definisi Halal pada masyarakat, khususnya generasi milenial yaitu dengan membuat pertanyaan yang menjadi sapaan awalnya di *official account* Line Teman Halal untuk *adders*-nya dengan pertanyaan, “Assalamu’alaikum, kapan halalnya?”. *Adders* menjawab dengan jawaban yang variatif. Ternyata lebih dari 96% *adders* menjawab dengan jawaban yang merujuk pada pernikahan, sedikit pula yang menjawab dengan

jawaban yang berhubungan dengan makanan yang halal. Dapat disimpulkan bahwa terdapat keunikan definisi halal yang dimiliki oleh para milenial. Padahal, halal bukan hanya sesuatu yang dikaitkan dengan perasaan dan pernikahan, halal adalah sebuah gaya hidup dan kewajiban sebagai seorang muslim yang bahkan saat ini menjadi sorotan dunia untuk meningkatkan sektor ekonomi dan bisnis, dengan pertumbuhan yang begitu pesat, halal pun menjadi *high quality standard* dalam berbagai aspek”. (Faisyal, Wawancara Prapenelitian 11 Agustus 2019 melalui WhatsApp)

Menurut *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI), yang dikutip oleh Faisyal Muhammad Syahri Alwi selaku *CEO* dan *Founder* IMH Corp & Teman Halal Bandung, menyatakan bahwa :

“Terdapat 7 sektor halal yang menjadi acuan industri halal, yaitu *food, fashion, pharmacy, travel, cosmetics, media and recreation, dan finance*. Fenomena millenials tersebut menunjukkan besarnya fokus mereka terhadap masalah perasaan dan pernikahan dalam sudut pandang halal. Padahal, halal tersebut memiliki makna lain, dengan 7 sektor halal tadi, yang dapat dimaksimalkan secara potensi, untuk lebih produktif, tidak larut dalam hal yang kurang bermanfaat”. (Faisyal, Wawancara Prapenelitian 11 Agustus 2019 melalui WhatsApp)

Dalam upaya meningkatkan kesadaran terkait gaya hidup halal oleh Teman Halal dan Komunitas Teman Halal Regional Bandung, dilakukan juga oleh pemerintah dengan menerbitkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal yaitu UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sehingga seluruh produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal. Upaya tersebut wajib kita dukung, sebagai konsumen, untuk memilih produk yang sudah bersertifikat halal, karena jika konsumennya cerdas, maka para produsen akan semakin berkualitas, dan sebagai produsen, marilah kita menggunakan bahan baku yang halal, dan segera berikhtiar dalam mendapatkan sertifikasi halal untuk produknya, supaya konsumen lebih tenang dengan adanya jaminan halal dari negara yang berupa sertifikat tersebut.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan Gaya hidup halal adalah gaya hidup yang sangat penting diterapkan setiap manusia khususnya bagi umat muslim. Perkembangan gaya hidup setiap tahun mengalami perubahan. Di Indonesia sendiri mayoritas penduduknya beragama Islam, maka pentingnya kesadaran gaya hidup halal atau gaya hidup yang Islami.

Menurut Kotler dan **Keller (2012:192)**, Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Gaya hidup halal merupakan gaya hidup Islami yang memiliki makna bahwa seseorang hidup berdasarkan apa yang diperintahkan Allah dan menjauhi apa yang dilarang oleh Allah. Gaya hidup halal ini sangat perlu dimiliki oleh umat Islam. Berikut penjelasan lebih lanjut dari sudut pandang Agama Islam :

Rasulullah saw. bersabda: Akan datang suatu masa pada umat manusia, mereka tidak peduli lagi dengan cara untuk mendapatkan harta, apakah melalui cara yang halal atautkah dengan cara yang haram.” (H.R. Bukhari).

Sabda Rasulullah saw. yang beliau katakan beratus tahun yang lalu tersebut. Modernisasi yang merupakan tanda kemajuan ilmu pengetahuan manusia seringkali tidak sejalan dengan kondisi iman dan takwa. Tidak sedikit orang yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan nikmat dunia yang diinginkan oleh hawa nafsunya. Tindakan korupsi, perampokan, pembegalan, pengedaran narkoba, pencurian, penipuan merupakan beberapa contoh cara yang tidak halal untuk

mendapatkan harta dan marak sekali diberitakan di media dan seringkali meresahkan dan merugikan masyarakat.

Berbicara mengenai halal-haram, sesungguhnya halal-haram tidak hanya mencakup makanan dan minuman yang kita konsumsi, akan tetapi lebih dari itu, halal-haram merupakan persoalan kehidupan manusia secara keseluruhan. Sebagaimana firman Allah swt. yang tertulis di dalam Q.S. Al Baqarah [2] : 172 yaitu:

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepadaNya kamu beribadah.”

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai gaya hidup halal, dan bagaimana strategi komunikasi yang bisa dilakukan, juga dikembangkan dari Komunitas Teman Halal Regional Bandung. Peneliti memfokuskan di Kota Bandung karena Komunitas Teman Halal pertama kali diresmikan dan *launching* pada acara Auto Halal 2019 yang dilaksanakan pada tanggal 28 April 2019 di Aula CC Timur ITB Bandung. Komunitas Teman Halal Regional Bandung ini sebagai pilot projek agar suatu saat nanti konsep tersebut dapat diadopsi di berbagai kota dan daerah di seluruh Indonesia, bahkan dunia. *Komunitas Teman Halal Regional Bandung memulai mengedukasi halal sejak launching, dalam upaya membangun kesadaran pentingnya gaya hidup halal di Indonesia, dimulai dari generasi milenial kota Bandung.*

Penulis memilih generasi milenial karena pergerakan yang dapat merubah sebuah negara adalah pergerakan yang dimulai dari pemudanya. Generasi milenial

yang penulis pilih disini adalah remaja SMA (Sekolah Menengah Atas), karena masa SMA (masa peralihan) dan masa pembentukan jati diri seseorang. *Selain itu, dari penjelasan di atas peneliti sadar begitu pentingnya gaya hidup halal diketahui dan diterapkan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas masyarakatnya Agama Islam, dimulai dengan mengedukasi halal pada Generasi milenial (khususnya remaja SMA) di kota Bandung, yang mana masa remaja SMA adalah masa peralihan, masa pembentukan jati diri.* Menurut Papalia dan Olds, masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluh tahun. Sedangkan Anna Freud, berpendapat bahwa pada masa remaja terjadi proses perkembangan meliputi perubahan-perubahan yang berhubungan dengan perkembangan psikoseksual, dan juga terjadi perubahan dalam hubungan dengan orangtua dan cita-cita mereka, di mana pembentukan cita-cita merupakan proses pembentukan orientasi masa depan. Badan Kesehatan Dunia (WHO) memberikan batasan mengenai siapa remaja secara konseptual. Dikemukakannya oleh WHO ada tiga kriteria yang digunakan; biologis, psikologis, dan sosial ekonomi, yakni: (1) individu yang berkembang saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual, (2) individu yang mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari anak-anak menjadi dewasa, dan (3) terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang lebih mandiri. *Maka disini peneliti tertarik untuk meneliti atau melakukan penelitian tentang :*

“Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam

Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung adalah sebagai berikut :

1.2.1. Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung ?

1.2.2. Rumusan Masalah Mikro

Dari rumusan masalah pada pertanyaan makro di atas, peneliti menyajikan pertanyaan mikro yang sesuai dengan fokus penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana **Tujuan** Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung?
2. Bagaimana **Perencanaan** Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung?

3. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan oleh Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung?
4. Bagaimana **Media** Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung?
5. Bagaimana **Hambatan** Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung adalah sebagai berikut :

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui dan menjelaskan Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung mengedukasi, menyebarkan informasi, dan membangun kesadaran mengenai pentingnya gaya hidup halal pada generasi milenial kota Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui dan mendapatkan informasi mengenai :

1. Tujuan Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.
2. Perencanaan Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.
3. Pesan yang disampaikan oleh Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.
4. Media Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.
5. Hambatan Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian adalah untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan secara khusus dalam komunikasi kelompok yaitu pada Komunitas Teman Halal Regional Bandung dengan kajian tentang gaya hidup halal.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dilaksanakan agar dapat berguna dan memberikan manfaat kegunaan untuk segala pihak, seluas-luasnya manfaat. Demikian kegunaan praktis dapat berguna yang peneliti tuliskan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini untuk peneliti adalah memberikan ilmu dan menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi pada umumnya dan Gaya hidup halal khususnya, yaitu mengenai Strategi Komunikasi Komunitas Teman Halal Regional Bandung Dalam Membangun Kesadaran Pentingnya Gaya Hidup Halal Pada Generasi Milenial Kota Bandung.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi khususnya sebagai informasi dan dapat dijadikan sebagai literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi Teman Halal Kota Bandung

Penelitian ini berguna bagi Teman Halal Kota Bandung sebagai informasi dan evaluasi terkait strategi komunikasi khususnya yang dilakukan oleh

Komunitas Teman Halal Regional Bandung untuk membangun kesadaran pentingnya gaya hidup halal pada generasi milenial kota Bandung.