

ABSTRAK

Indah Padillah: Strategi Komunikasi Penyiaran Islam Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membuat media dan informasi menjadi suatu kebutuhan. Sehingga dalam menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat, dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan. Teman Halal Hadir dengan fokusnya terhadap isu seputar sosialisasi gaya hidup halal di media sosial Instagram. Hal ini sebagai upaya membantu pemerintah dan MUI dalam menerapkan halal *lifestyle* di Indonesia.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimanakah perencanaan strategi komunikasi, implementasi strategi komunikasi, faktor pendukung, penghambat dan solusi serta evaluasi strategi komunikasi yang digunakan Teman Halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram.

Penelitian ini berdasarkan teori difusi inovasi diperkenalkan oleh sosiolog Prancis Gabriel Tarde pada tahun 1903. Teori ini berasumsi bahwa media massa memiliki efek yang berbeda-beda pada titik waktu yang berlainan, mulai dari sekedar memberikan informasi sampai menimbulkan pengaruh adopsi atau rejeksi. Komponen dalam penelitian ini telah memenuhi unsur dalam teori difusi inovasi. Informasi yang disosialisasikan Teman Halal menggunakan media massa, khalayak sebagai komunikan akan terpengaruhi dengan informasi yang diberikan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, sehingga peneliti memberikan gambaran objek mengenai Teman Halal secara jelas dan sistematis, penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh baik dari studi pustaka, wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menemukan beberapa strategi Teman Halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram. (1) perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Teman Halal meliputi mini riset, membuat desain dan konten yang kreatif, inovatif dan komunikatif, memberikan materi secara intertekstual, mengadakan halal *challance* dan membangun komunikasi yang baik dengan *followers*. (2) implementasi Teman Halal memanfaatkan semua media yang ada terutama media sosial instagram. (3) keberhasilan Teman Halal didukung oleh beberapa faktor pendukung, yaitu sumber daya yang lengkap, adanya dukungan dari followers, peran mahasiswa, komunitas dan media. Adapun faktor penghambat yaitu, infobesitas serta kurangnya pemahaman masyarakat dan industri kecil terkait konsep halal haram. (4) evaluasi Teman Halal menggunakan analisis SWOT dengan mengenali peluang dan ancaman baik internal maupun eksternal.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Halal Lifestyle, Media Sosial