

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kotler dan Keller (2012:192) gaya hidup seseorang bisa digambarkan melalui aktivitas, hobi, pikiran dan segala bentuk interaksi yang dilakukan dengan lingkungannya yang berkaitan dengan jati diri. Perkembangan zaman dan teknologi merupakan salah satu faktor yang cukup kuat mempengaruhi gaya hidup, perubahannya bisa dilihat dari cara berbicara, berpakaian, kebiasaan dan pola konsumsi.

Sedangkan menurut Amstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang diantaranya perilaku, pengalaman, pemahaman, karakter, jati diri, golongan sosial, keluarga dan kultur (Nugraheni, 2003:15).

Akan tetapi di zaman modern ini telah terjadi evolusi dalam berbagai bidang industri untuk memenuhi kebutuhan hidup menuju ke *halal life style*. Saat ini trend gaya hidup halal telah menjadi kekuatan perindustrian dunia yang mulai berkembang pesat dalam berbagai bentuk elemen kehidupan baik dalam dunia pelayanan finansial, rekreasi, kosmetik, obat - obatan yang berbahan dasar halal, makanan-minuman halal, busana sehari-hari, serta pola hidup lainnya yang berbasis pandangan Syariah.

Pada hakikatnya, halal bukan hanya sekedar dibolehkan oleh syariat tetapi apapun yang kita lakukan mulai dari cara memperoleh, mengolah hingga dikonsumsi harus bersih, terbebas dari komponen – komponen yang membahayakan tubuh dan dapat dibenarkan secara etika. Jika menggunakan serta mengonsumsi yang halal maka akan memperoleh banyak manfaat dan terhindar dari pengaruh negatif.

Hal inilah yang mendorong negara lain untuk ikut andil menerapkan gaya hidup halal dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bahkan di negara Inggris, permintaan produk halal terus meningkat seperti yang dikatakan oleh Eksekutif Halal Food, Saqib Mohamed yang dikutip the independent, ”meskipun penduduk muslim hanya sekitar 4 persen dari total populasi Inggris, namun permintaan daging halal mencapai 15 persen dari semua daging yang dijual di Inggris dan semakin hari permintaan daging halal tersebut semakin meningkat.” Selain Inggris, negara minoritas muslim lainnya pun mulai mengembangkan pasar makanan Halal. Hal ini dikarenakan, kebanyakan dari orang non muslim beranggapan bahwa *Halal Food is a Quality Food* artinya makanan halal adalah makanan yang berkualitas, sehat dan terhindar dari zat-zat yang merugikan tubuh.

Namun, di Indonesia sendiri dengan mayoritas masyarakat beragama muslim belum begitu fokus memajukan industri halal. Artinya *awareness* masyarakat muslim Indonesia masih rendah, padahal perlu kita ketahui jika dilihat secara global halal ini bukan sekedar muslim dan non muslim saja tetapi menjadi sebuah *high quality standart*. Selain diharuskan bagi para muslimin, produk halal

baik digunakan dari segi kesehatan karena kandungannya yang aman dari zat-zat yang dapat merugikan tubuh.

Gaya hidup halal juga menjadi perintah dan seruan agama Islam. Seluruh umat muslim memiliki tanggung jawab untuk mengaplikasikan gaya hidup halal di setiap segi kehidupan. Hal tersebut untuk kebaikan umat muslim itu sendiri, sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Ali ra:

“...Barang siapa yang hidup dari makanan serba halal, maka bersinarlah agamanya, lemah lembut hatinya, dan tiada dinding penghalang bagi doanya... dan barang siapa yang makan makanan yang subhat, samarlah agamanya, dan gelaplah hatinya...dan barang siapa yang memakan barang yang haram, hatinya menjadi mati, agamanya lemah, keyakinan kurang dan Allah menutup pintu doanya dan ibadahnya sedikit”. (HR.Ali)

Selain itu, Allah SWT menegaskan di dalam Al-Qur'an surah Al – Baqarah: 168, mengandung ajaran kepada seluruh ummat manusia yang ada di muka bumi untuk mengkonsumsi makanan halal yang tidak diharamkan oleh Allah (Salim Bahreisy, 2003).

يَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”(QS. Al – baqarah: 168).

Selanjutnya, Allah mempertegas dalam QS Al-Maidah:88 bahwa makanan dan minuman yang halal tidak hanya dari zatnya tetapi dari cara memperolehnya, seperti halnya bukan hasil dari riba maupun mencuri (Shihab, 2002).

“Makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS Al-Maidah:88)

Negara kita sebenarnya memiliki potensi untuk mengembangkan gaya hidup halal namun belum teroptimalkan dengan baik. Data dibawah ini menunjukkan Indonesia masih berada pada urutan 5 diantara 15 negara lainnya. Padahal, Indonesia menjadi salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar. Namun tidak mampu memaksimalkan potensi pasar, hal ini terbukti dengan Indonesia yang belum masuk pada urutan 10 besar untuk kategori makanan halal, media dan farmasi (*State of The Global Islamic Economy*, 2019).

Peringkat ini diukur dengan *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) yang menunjukkan situasi terkini mengenai pembangunan ekosistem ekonomi Islam. GIEI diukur melalui berbagai indikator seperti dari sektor makanan halal, jasa keuangan Islam, wisata halal, fashion halal, media halal, kosmetik dan farmasi halal.

Tabel 1.1
Penilaian Global Islamic Economy Indicator

Country	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Travel	Fashion	Media & Recreation	Pharma & Cosmetics
Malaysia	111	147.9	74.3	95.5	35.6	64	60.6
UAE	79	70.7	91.5	72.7	95.2	86.6	81.3
Bahrain	60	78	42	26	20.7	47	51
Saudi Arabia	50.2	57	50	35	15	33	45
Indonesia	49	54	47	52	37.9	17	42
Oman	48.7	51	54	34	25	36	45
Jordan	47.2	53	43	42	23	34	58
Pakistan	45	47	55	17	24.5	11	45
Kuwait	45	51	45	17	11.0	41	45
Qatar	44	47	47	28	11.3	54	43
Brunei	40	35	53	30	11	44	49
Sudan	39	31	66	34	8	18	36
Turkey	36	23	52	72	50	31	48
Iran	35	30	52	20	10	26	52
Bangladesh	33	36	31	21	32	9	33



Sumber: State of the Global Economic Report (2019)

Sebagai upaya mendukung gaya hidup halal saat ini Indonesia sudah memiliki Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Artinya, setelah

UU ini diberlakukan, semua produk yang beredar dan diperjualbelikan di kawasan Indonesia wajib memiliki sertifikasi halal. Baik itu berupa produk makanan, minuman, obat, kosmetik, *fashion* maupun barang yang dimanfaatkan oleh masyarakat.

Hal inilah yang mendorong hadirnya Teman Halal. Komunitas ini digerakan oleh para kaum milenial sejak tahun 2017 silam. Teman halal hadir sebagai platform media informasi dan edukasi gaya hidup halal, tujuannya sebagai fasilitator gaya hidup halal yang membersamai terwujudnya halal *lifestyle* serta untuk meningkatkan *awareness* masyarakat Indonesia terhadap gaya hidup halal.

Informasi mengenai produk halal merupakan informasi yang penting diketahui oleh umat muslim, sehingga tidak hanya BPOM Halal atau MUI saja yang menjadi penyebar informasi. Keberadaan komunitas teman halal juga turut membantu masyarakat maupun pemerintah. Bagi Teman Halal, media sosial menjadi sarana untuk berkomunikasi, sosialisasi dan edukasi. Kehadiran teknologi informasi memunculkan banyak peluang untuk memperkenalkan gaya hidup halal. Mengingat Indonesia merupakan negara yang cukup aktif dalam menggunakan media sosial dan hampir seluruh kalangan merasakan keberadaannya.

Media internet bukan hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi melainkan sebagai sarana untuk berbisnis, sarana edukasi sampai ke pergaulan sosial. Salah satunya seperti media sosial Instagram yang saat ini sedang populer di kalangan kaum milenial. Jejaring sosial *instagram* ini banyak digunakan oleh

masyarakat luas di berbagai belahan dunia. Sehingga keberadaannya dipilih Teman Halal sebagai salah satu media penyebar informasi mengenai produk halal yang dapat menyebar ke seluruh wilayah Indonesia khususnya. Namun, untuk mendukung itu semua perlu adanya strategi komunikasi yang harus dilakukan, hal ini bertujuan agar semua aktivitas yang dilakukan dapat diterima serta berjalan secara efektif.

Pemilihan strategi komunikasi ini menjadi poin penting untuk dilakukan dan perlu dipikirkan secara matang karena jika pemilihan strategi kurang tepat maka hasil yang diperoleh tidak akan sesuai dengan perencanaan. Mengingat strategi komunikasi ini memiliki kedudukan yang esensial bagi akun *Instagram* @teman_halal dalam mensosialisasikan serta memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menerapkan gaya hidup halal.

Sebenarnya, penelitian mengenai gaya hidup halal telah banyak dilakukan, namun beberapa hasil penelitian yang ditemukan belum membahas mengenai strategi komunikasi dalam mensosialisasikan gaya hidup halal pada sebuah komunitas Teman Halal dan belum ada yang secara khusus membahas, sehingga penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Penyiaran Islam Komunitas Teman Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram ”** layak untuk dilakukan.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimanakah perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram?
2. Bagaimana implementasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram?
3. Apa faktor pendukung, penghambat dan solusi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram?
4. Bagaimana evaluasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram
2. Untuk mengetahui implementasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram
3. Untuk mengetahui factor pendukung, penghambat dan solusi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram
4. Untuk mengetahui evaluasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan partisipasi terhadap berkembangnya keilmuan dakwah di bidang digital, khususnya ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam. Memberikan kontribusi dalam perluasan dakwah islam menggunakan media sosial yang berkembang pesat. Serta dapat dipakai sebagai referensi untuk penelitian sejenis pada tahapan selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi memberikan pandangan pada pihak komunitas teman halal dalam memilih strategi komunikasi serta memberikan gambaran tentang strategi yang digunakan komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial Instagram serta memberikan pemahaman kepada masyarakat umum mengenai pentingnya mengaplikasikan *halal lifestyle* dalam kehidupan sehari – hari.

1.5 Landasan Pemikiran

Stainer dan Miner mengatakan, strategi adalah “penempatan” tujuan perusahaan, menetapkan sasaran organisasi dalam upaya memperkuat faktor eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu dalam rangka mencapai tujuan serta memastikan penerapannya secara tepat sehingga misi perusahaan bisa tercapai. (Kamaluddin, 2017: 213).

Strategi bisa dikatakan sebagai usaha untuk meraih tujuan yang diharapkan. Menurut Fred R. David, suatu strategi harus melewati tiga tahapan, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

Menurut Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid, menyatakan bahwa komunikasi merupakan interaksi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan suatu informasi (Effendy, 2008:32) . Dalam proses sosialisasi melibatkan manusia untuk berinteraksi, mengingat manusia merupakan makhluk sosial. Adapun komponen dasar komunikasi yaitu, pengirim pesan (komunikator), pesan, saluran komunikasi, penerima pesan (komunikan) dan *output* (respon) (George dan John, 1997: 18).

Alo Liliweri mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah usaha yang dilakukan untuk melafalkan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu pandangan dan tujuan komunikasi.

Menurut R. Wayne Peace, Brend D. Petterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective communication*, seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy, menjelaskan poin utama strategi komunikasi ada tiga yaitu: Pertama, *To secure understanding* (memastikan komunikan paham terhadap pesan yang didapat). Kedua, *To establish acceptance* (jika komunikan sudah dimengerti, pemahaman terhadap pesan harus dibina). Ketiga, *To motivate action* (setelah penerimaan itu dibina, maka kegiatan ini harus dimotivasikan).

Sosial media adalah suatu wadah untuk saling berinteraksi secara online tanpa ada terbatas tempat, waktu dan jarak. Saat ini Sosial media memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial dengan baik, maka akan banyak keuntungan yang kita dapat salah satunya sebagai media berbisnis, sarana belajar, memperluas pertemanan, sarana

berbagi informasi, dll. Tetapi sebaliknya, apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial akan menimbulkan banyak kerugian seperti kecanduan bermain sosial media yang dapat mengakibatkan kita jauh dari dunia nyata serta menjadi pribadi yang autis.

Gaya hidup adalah kata lain dari *Life Style*, merupakan kebutuhan sekunder manusia yang akan terus berubah sesuai perkembangan zaman. Gaya hidup seseorang dapat diketahui dari perbuatan, cara berpikir, pola serta pandangan hidup yang ditunjukkan sehingga menjadi identitas.

Menurut Susanto (dalam Nugrahani,2003) gaya hidup merupakan harmonisasi antara kebutuhan dan keinginan seseorang dalam mengekspresikan diri dan menyesuaikan dengan lingkungannya berdasarkan etika yang berlaku. Saat ini di tengah – tengah masyarakat sudah mulai berkembang berbagai *lifestyle* mulai dari gaya hidup konsumtif, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya.

Menurut Amstrong, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan *lifestyle* seseorang diantaranya identitas, sikap, kepribadian, pengetahuan, pengalaman, lingkungan, keluarga dan budaya (Nugraheni, 2003:15).

Halal berasal dari Bahasa Arab yang mengandung arti diperbolehkan untuk digunakan dan dilaksanakan dalam agama Islam, karena terlepas dari segala sesuatu yang membawa dampak buruk, dan Allah tidak melarangnya. Sedangkan haram merupakan suatu tindakan yang dilarangan tegas oleh Allah SWT dan tidak

dibenarkan secara etika. Apabila melanggarnya maka akan mendapatkan konsekuensi berupa dosa (LPPOM MUI, 2014:5).

Dalam Sebuah Hadist Nabi , kategori makanan dibagi menjadi tiga macam, yaitu, “Dari Abi Farwah dari Sya’bi dari Nu’man ibnu Basyir r.a berkata, bersabda Rasulullah SAW: Sesungguhnya halal itu jelas an haram pun jelas. Dan diantara keduanya ada hal-hal yang samara atau tidak jelas (HR Muslim)”.

Dari segi kehalalan suatu makanan dapat kita lihat dari cara mendapatkannya serta dzat atau bahan pokok makanannya.

Untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini maka diperlukan adanya suatu teori, sebab teori memiliki fungsi penting untuk menunjang keberhasilan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini akan menggunakan teori yang dipopulerkan oleh Everett M. Rogers pada tahun 1964 yaitu teori difusi inovasi dimana mendefinisikan bahwa difusi merupakan proses komunikasi yang menargetkan titik – titik tertentu dalam penyebaran informasi dengan memanfaatkan keberadaan media massa. Sehingga teori ini mengasumsikan bahwa media massa mempunyai pengaruh yang berbeda – beda pada setiap orang, mulai dari sekedar memberi tahu sampai mempengaruhi adopsi atau rejeksi (penerima atau penolak) suatu informasi.

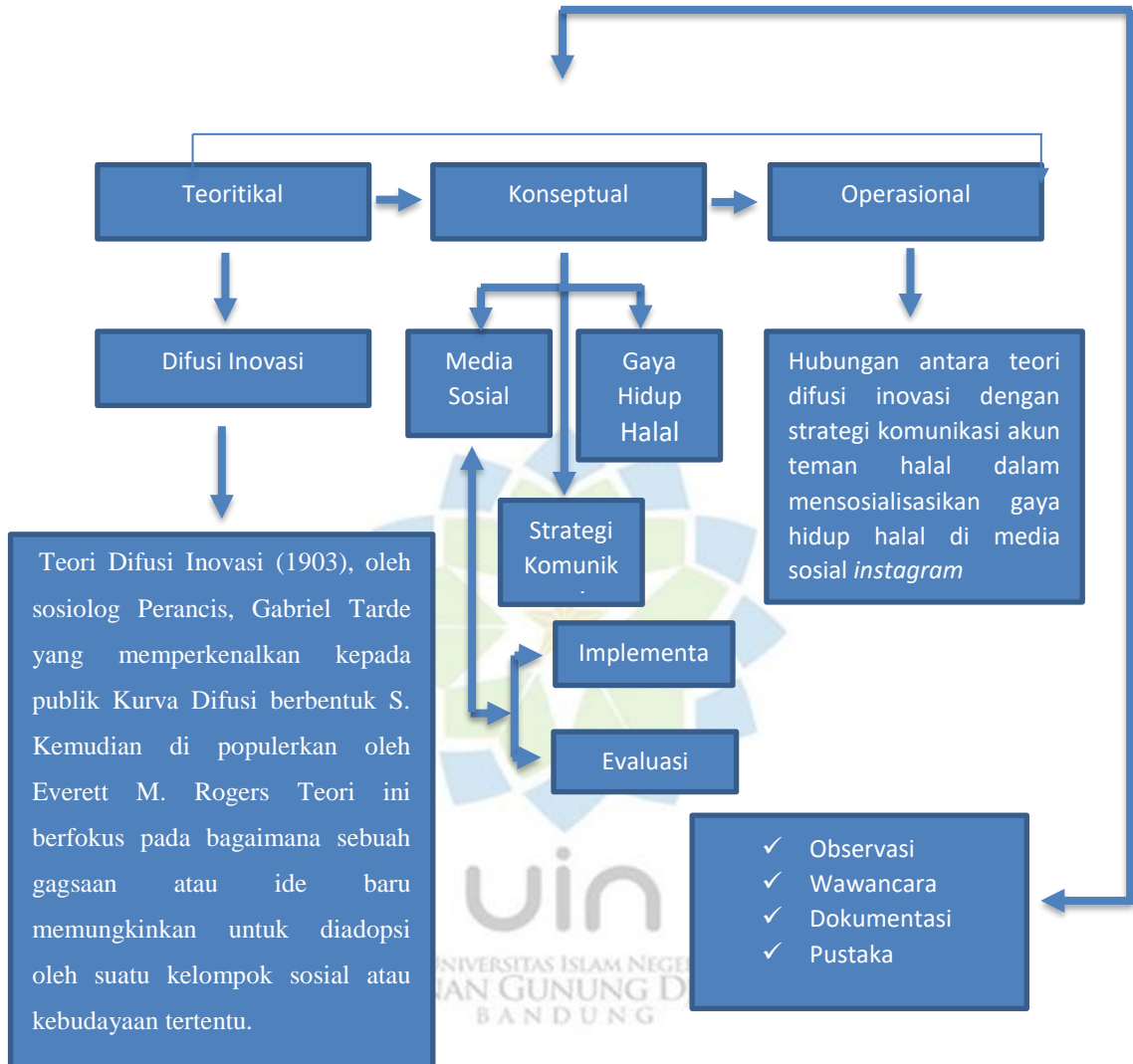
Menurut Everett M. Rogers dan Floyd G. Shoemaker dilansir dari pakarkomunikasi.com mengutarakan bahwa dalam proses teori difusi inovasi mempunyai 4 (empat) tahapan diantaranya: Pengetahuan, persuasi, keputusan dan konfirmasi.

Teori difusi inovasi pada hakikatnya menjelaskan bagaimana sebuah pemikiran baru bisa dikomunikasikan pada suatu kelompok masyarakat yang dapat memungkinkan untuk diterima oleh kelompok tertentu.

Dalam menyampaikan sebuah informasi memerlukan sebuah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Namun faktanya untuk mencapai tujuan tersebut membutuhkan langkah – langkah strategi yang dapat dijadikan sebagai landasan pemikiran serta untuk mengetahui factor pendukung dan penghambat komunikasi. Mengingat media komunikasi yang digunakan akun teman halal adalah media sosial Instagram sehingga diperlukan pemilihan strategi yang matang. Hal ini bisa dilakukan dengan mengenal khalayak, menyusun pesan dan menetapkan metode (Marheni Fajar, 2009). Jika ketiga poin tersebut bisa dilakukan maka akan menghasilkan konten sesuai selera masyarakat luas dan informasi yang disampaikan mudah untuk diterima. Hal tersebut sejalan dengan teori difusi inovasi yang berfokus pada bagaimana sebuah gagasan atau ide baru memungkinkan untuk diadopsi oleh suatu kelompok sosial atau kebudayaan tertentu.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas peneliti mencoba untuk membuat kerangka pikir penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kerangka Teori Pemikiran



Sumber:

Data Olahan Peneliti

Maka melalui penelitian ini, peneliti akan melihat strategi komunikasi yang digunakan oleh objek dalam menarik perhatian komunikan terhadap pesan yang disampaikan apakah sesuai dengan gambaran kerangka berpikir diatas dan sesuai dengan teori divusi inovasi.

1.6 Tinjauan Pustaka

Kajian penelitian terdahulu dapat memberikan gambaran ilmu kepada peneliti, agar penelitian dapat dilakukan dengan maksimal. Berikut penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti:

1. Jurnal media komunikasi berjudul “Optimalisasi Media Sosial oleh Komunitas Penggerak Halal dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal Kepada Masyarakat” oleh Mia Dwianna Widyaningtyas pada tahun 2018 dengan tujuan untuk menggambarkan penggunaan media sosial secara optimal oleh komunitas halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal. Persamaan penelitian ini terletak pada objek, sama – sama meneliti tentang gaya hidup halal. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitian . penelitian sebelumnya menggunakan subjek Komunitas Penggerak Halal dan lokasi penelitian di luar kota Bandung serta fokusnya lebih kepada optimalisasi media. Sedangkan untuk subjek penelitian saat ini adalah Komunitas Teman Halal dan lokasi penelitiannya di Kota Bandung serta fokusnya lebih kepada strategi komunikasi.
2. Jurnal Ekonomi Syariah berjudul “Platform Halal *Lifestyle* dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution” oleh Ativa Hesti A, Risky Dwi Afriadi, Ceasar Pratama & Ade Lestari pada tahun 2019 bertujuan untuk mendapatkan jawaban tentang pentingnya halal *lifestyle* di masyarakat Indoensia. Persamaan penelitian ini sama – sama meneliti tentang gaya hidup halal. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya lebih berfokus pada halal

lifestyle sebagai segmen pasar masyarakat Indonesia sedangkan penelitian saat ini lebih pada lebih berfokus pada strategi komunikasi yang digunakan Komunitas Teman Halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial *Instagram*.

3. Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi MUI Dalam Mensosialisasikan Fatwa Pedoman Bermuamalah di Media Sosial” oleh Syarifah Zahrina Firda pada tahun 2018 bertujuan untuk memahami dan menganalisa langkah – langkah strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan fatwa pedoman bermuamalah di media sosial. Persamaan penelitian ini sama – sama fokus membahas strategi komunikasi yang digunakan pada masing masing objek yang diambil dan subjeknya sama sama pada media sosial serta menggunakan teori yang sama. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada subjek. Penelitian sebelumnya mengambil subjek MUI dalam mensosialisasikan pedoman bermuamalah sedangkan penelitian saat ini adalah Komunitas Teman Halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal.

Tabel 1.3

Tinjauan Pustaka

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus Kajian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mia Dwianna Widyangtyas (2018)	Jurnal media komunikasi berjudul “Optimalisasi Media Sosial oleh	Studi deskriptif kualitatif	Menggambarkan penggunaan media sosial secara optimal oleh	Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan	perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitian .

		Komunitas Penggerak Halal dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal Kepada Masyarakat ”		komunitas halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal.	adalah penelitian deskriptif kualitatif dan sama – sama meneliti tentang gaya hidup halal.	sebelumnya menggunakan subjek Komunitas Penggerak Halal dan lokasi penelitian di luar kota Bandung serta fokusnya lebih kepada optimalisasi media. Sedangkan untuk subjek penelitian saat ini adalah Komunitas Teman Halal dan lokasi penelitiannya di Kota Bandung serta fokusnya lebih kepada strategi komunikasi.
2.	Ativa Hesti A, Risky Dwi Afriadi, Ceasar Pratama & Ade Lestari (2019)	Jurnal Ekonomi Syariah berjudul “Platform Halal Lifestyle dengan Aplikasi Konsep One Stop	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Untuk mendapatkan jawaban tentang pentingnya halal lifestyle di masyarakat Indoensia	Persamaan penelitian ini sama – sama meneliti tentang gaya hidup halal.	Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek, objek, lokasi penelitian. Penelitian sebelumnya lebih berfokus pada halal

		Solution”				lifestyle sebagai segmen pasar masyarakat Indonesia sedangkan penelitian saat ini lebih pada lebih berfokus pada strategi komunikasi yang digunakan Komunitas Teman Halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial <i>Instagram</i> .
3.	Syarifah Zahrina Firda (2018)	Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi MUI Dalam Mensosialisasikan Fatwa Pedoman Bermuamalah di Media Sosial”	Studi deskriptif kualitatif	Untuk memahami dan menganalisis langkah-langkah strategi komunikasi MUI dalam mensosialisasikan fatwa pedoman bermuamalah di media sosial.	Persamaan penelitian ini sama – sama membahas strategi komunikasi yang digunakan pada masing-masing objek yang diambil dan subjeknya sama-sama pada media sosial serta menggunakan	Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek. Penelitian sebelumnya mengambil subjek MUI dalam mensosialisasikan pedoman bermuamalah sedangkan penelitian saat ini adalah Komunitas Teman Halal dalam

					implementasi dari teori divusi inovasi	mensosialisasikan gaya hidup halal.
--	--	--	--	--	--	-------------------------------------

Sumber:

Data Olahan Peneliti

1.7 Langkah – Langkah Penelitian

Langkah – langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: lokasi penelitian, metode penelitian, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data (Panduan Penyusunan Skripsi, Bandung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2004: 92).

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil objek komunitas Teman Halal yang berlokasi di Kota Bandung. Adapun alasan memilih penelitian tersebut yaitu:

- a. Lokasi penelitian mudah di jangkau sehingga memudahkan dalam pengumpulan data.
- b. Komunitas Teman Halal merupakan platform media informasi dan edukasi gaya hidup halal.

1.7.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif menurut I Made Winartha (2006:155) metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menjabarkan, mendeskripsikan dan menganalisis berbagai keadaan serta situasi dari berbagai macam data yang diperoleh baik dari hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung,

mendengarkan podcash yang membahas seputar Teman Halal dan wawancara melalui telepon kepada narasumber penelitian ini, yakni founder komunitas teman halal, divisi pemegang akun instagram, tim riset dan *followers* akun instagram Teman Halal. Selain dengan teknik wawancara, data penelitian juga diperoleh dengan melakukan kajian terhadap media sosial *instagram* yang dipergunakan oleh akun teman halal, dokumentasi dan studi pustaka.

1.7.3 Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari orang pertama atau informan utama. Sedangkan data sekunder adalah data yang digunakan untuk melengkapi informasi primer baik melalui dokumen maupun observasi langsung ke lapangan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan dari sumber asli. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data primer melalui wawancara langsung kepada founder akun teman halal dan divisi pemegang akun media Instagram sebab memiliki informasi akurat mengenai strategi komunikasi yang digunakan akun teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial *Instagram*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua untuk melengkapi data primer. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen yang sudah tersedia seperti foto, literasi dan literatur lainnya.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kualitatif, yakni jenis data yang sifatnya deskriptif, ditujukan untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang berlangsung saat ini atau lampau (Sugiyono, 2009:205). Dengan menggunakan jenis data tersebut peneliti mengolah data – data yang sudah ditemukan di lapangan untuk disajikan dalam bentuk empat rumusan masalah.

- 1) Bagaimanakah perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial instagram?
- 2) Bagaimana implementasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial Instagram?
- 3) Apa factor pendukung, penghambat dan solusi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial Instagram?
- 4) Bagaimana evaluasi strategi komunikasi komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial Instagram?

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yakni, observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

a. Observasi atau Pengamatan

Observasi adalah kegiatan yang berhubungan dengan pengawasan, peninjauan, penyelidikan dan riset (Sutrisno 1989: 92). Artinya peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan akun teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal di media sosial Instagram, mulai dari penyusunan, pengemasan pesan sampai melihat respon dari pengguna medsos. Dalam hal ini observasi bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai obyek penelitian serta untuk mengecek kebenaran data dan informasi yang telah dikumpulkan.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianti, 2016:178). Dalam wawancara ini Peneliti melakukan proses wawancara dengan founder akun @teman_halal, pemegang akun teman halal, tim riset Teman Halal dan *followers* Teman Halal sebagai sumber data untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Wawancara dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan dua bentuk pertanyaan. *Pertama*, wawancara terstruktur menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dibuat peneliti. *Kedua*, wawancara tidak terstruktur yaitu menggunakan pertanyaan yang muncul secara spontan ini merupakan pengembangan dari pertanyaan yang sudah

dibuat. Hal yang menjadi pertanyaan wawancara ini seputar strategi komunikasi yang dilakukan komunitas teman halal dalam mensosialisasikan gaya hidup halal melalui media sosial Instagram.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah lalu (Burhan,2011:125) . Merupakan pengumpulan data berupa bukti fisik yang diambil dari berbagai informasi tertulis yang relevan dengan topik penelitian, dapat berupa tulisan, foto, video dan lain-lain.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka, menurut Nazir (2013, h. 93) merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelaah terhadap buku-buku, literatur- literatur, catatan-catatan, dan laporan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan perbandingan antara teori dengan prakteknya di lapangan. Data sekunder melalui metode ini diperoleh dengan browsing di internet, membaca berbagai literatur, hasil kajian dari peneliti terdahulu, catatan perkuliahan, serta sumber-sumber lain yang relevan.

1.8 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit,

melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2011:244).

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

- a) *Data Reduction* (Reduksi Data) Reduksi data merupakan proses penjabaran suatu data dengan cara memilih data-data pokok, memfokuskan pada masalah yang lebih pokok, merangkum, membuat gambaran yang lebih jelas dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam pengumpulan data. Dalam proses reduksi ini bisa memanfaatkan keberadaan peralatan elektronik atau sejenisnya.
- b) *Data Display* (Penyajian Data) pemaparan data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami permasalahan yang terjadi. Pemaparannya bisa dilakukan dalam bentuk narasi, diagram, baagan dan sejenisnya. Dalam tahap ini juga peneliti menyusun data yang terjadi di lapangan guna menghasilkan informasi sesuai dengan tujuan peneliti.

Concluding Drawing (verification) Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang ditemukan di lapangan serta melakukan verifikasi dengan mencari bukti yang kuat dan valid. Sehingga, kesimpulan awal masih bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti yang mendukung. Penarikan

kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan bisa menjadi penemuan baru.

(Sugiyono, 2012:338 – 345).

