

Abstrak

Muhammad Luthfi Prabowo, 20180510008, 90 Halaman

Dalam penelitian ini, fokus penelitiannya adalah “Strategi Penggunaan Media Komunikasi LPPOM MUI dalam Menjaga Eksistensi Sertifikasi Produk Halal di Indonesia” LPPOM MUI atau Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetika serta barang gunaannya. Majelis Ulama Indonesia merupakan lembaga terpercaya yang wajib menyebar luaskan informasi terkini tentang berbagai produk halal dan proses sertifikasi halal kepada masyarakat Indonesia. Namun sekarang barang gunaannya pun jadi sorotan untuk mempunyai sertifikasi halal. Berbagai jenis media komunikasi yang biasa digunakan masyarakat baik cetak mau pun elektronik dapat dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin bila didukung dengan penyusunan strategi pemilihan media komunikasi yang baik. Dari latar belakang tersebut ada dua permasalahan yaitu, diskripsi tentang sertifikasi halal sebagai strategi dakwah LPPOM MUI dan faktor pendukung dan penghambat pada sertifikasi halal sebagai strategi komunikasi melalui media Majelis Ulama Indonesia. Berdasarkan rumusan di atas tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan pelaksanaan sertifikasi halal sebagai sosialisasi Majelis Ulama Indonesia serta faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada satu key informan dan dua informan dari pihak internal LPPOM MUI dan Fatwa MUI, yaitu : Kepala Bidang Informasi dan Promosi Halal, Kepala Bidang Sosialisasi dan Fatwa MUI. Sebagai kerangka pemikiran, penelitian ini menggunakan pendekatan strategi komunikasi menurut hasil pemikiran dari Laurie J. Wilson & Joseph D. Ogden, yang mengulas beberapa tahapan dalam strategi komunikasi, seperti : Riset, Perencanaan Aksi, Komunikasi dan Evaluasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Eksistensi, Sertifikasi Halal, Media Komunikasi.