

## **Strategi Komunikasi Publik Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal di Media Sosial**

Oleh:

Muhamad Djamaluddin ([mjamalpenais@gmail.com](mailto:mjamalpenais@gmail.com))  
BPJH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
Deden Mauli Darajat ([deden.maulidarajat@uinjkt.ac.id](mailto:deden.maulidarajat@uinjkt.ac.id)),  
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
Cinta Rahmi ([cinta@stieganessa.ac.id](mailto:cinta@stieganessa.ac.id))  
STIE Ganesha

### **Abstrak:**

*Tulisan ini menggambarkan bagaimana strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam sosialisasi sertifikasi halal di media sosial Instagram. BPJPH di media sosial melakukan sosialisasi dengan beragam cara. Strategi komunikasi yang dilakukan adalah pertama, penguatan dalam hal konten atau isi pesan yang disebar oleh BPJPH dalam sosialisasi sertifikasi halal. Kedua, kegiatan yang dilakukan oleh BPJPH dalam hal sosialisasi sertifikasi halal dimuat dengan beragam cerita di media sosial. Ketiga, BPJPH juga mengajak beragam institusi baik perguruan tinggi maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk menjadi agen dalam sosialisasi sertifikasi halal dan diunggah di media sosial BPJPH. Sertifikasi halal yang disosialisasikan oleh BPJPH merupakan program terkait produk halal yang bersertifikat yang dibutuhkan oleh Masyarakat muslim pada khususnya dan Masyarakat Indonesia pada umumnya.*

**Kata Kunci:** Strategi, Komunikasi, Publik, Sertifikasi, Halal, BPJPH

[Cite your source here.]

Public Communication Strategy of the Organizing Body  
Halal Product Guarantee in Socialization  
Halal Certification in Social Media

Oleh:  
Muhamad Djamaluddin ([mjamalpenais@gmail.com](mailto:mjamalpenais@gmail.com))  
BPJH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
Deden Mauli Darajat ([deden.maulidarajat@uinjkt.ac.id](mailto:deden.maulidarajat@uinjkt.ac.id)),  
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
Cinta Rahmi ([cinta@stieganasha.ac.id](mailto:cinta@stieganasha.ac.id))  
STIE Ganesha

**Abstract:**

*This paper describes how the public communication strategy carried out by the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) in socializing halal certification on Instagram social media. BPJPH on social media conducts socialization in various ways. The communication strategy carried out is first, strengthening in terms of content or content of messages distributed by BPJPH in the socialization of halal certification. Second, activities carried out by BPJPH in terms of socializing halal certification are loaded with various stories on social media. Third, BPJPH also invites various institutions, both universities and non-governmental organizations (NGOs) to become agents in the socialization of halal certification and uploaded on BPJPH social media. Halal certification socialized by BPJPH is a program related to certified halal products needed by the Muslim community in particular and the Indonesian people in general.*

**Keywords:** Strategy, Communication, Public, Certification, Halal, BPJPH

**Pendahuluan**

Halal merupakan sebuah terminologi dalam kajian Islam yang mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan atau diizinkan menurut hukum Islam. Kata "halal" berasal dari bahasa Arab yang artinya "diperbolehkan" atau "diizinkan". Dalam konteks makanan dan

minum-an, halal mengacu pada produk-produk yang diproduksi, diproses, atau disiapkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Untuk sebuah produk makanan atau minuman dianggap halal, ada beberapa prinsip yang harus dipatuhi, termasuk, pertama, tidak

mengandung bahan-bahan haram seperti daging babi, darah, alkohol, dan sebagainya. Kedua, diproses atau disiapkan dengan cara yang dianggap sah dalam Islam, termasuk proses penyembelihan hewan (dikenal sebagai *zabiha*) oleh seorang Muslim yang memiliki pengetahuan tentang prosedur yang benar. Ketiga, tidak terkontaminasi dengan produk haram selama produksi, penyimpanan, atau distribusi. Selain makanan dan minuman, konsep halal juga dapat diterapkan pada berbagai aspek kehidupan lainnya dalam Islam, seperti keuangan, perbankan, dan hubungan sosial. Adapun kepatuhan terhadap prinsip halal merupakan bagian penting dari kehidupan beragama bagi umat Islam.

Sertifikat halal sangat penting karena memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip halal dalam agama Islam. Beberapa alasan mengapa sertifikat halal penting, pertama, bagi umat Islam, mematuhi prinsip-prinsip halal adalah bagian penting dari praktik keagamaan mereka. Mereka ingin yakin bahwa apa yang mereka makan atau gunakan sesuai dengan ajaran agama mereka. Kedua, sertifikat halal kering kali menunjukkan bahwa produk telah melalui pengujian dan inspeksi ketat untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal. Ini memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk tersebut aman dan sesuai dengan prinsip-

prinsip agama. Ketiga, dengan memiliki sertifikat halal, produsen dan penjual bisa memperluas pasar mereka ke komunitas Muslim yang besar dan terus berkembang di seluruh dunia. Hal ini membantu meningkatkan aksesibilitas produk dan memperluas jangkauan bisnis. Keempat, sertifikat halal juga memberikan perlindungan kepada konsumen Muslim dari produk-produk yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Dengan memiliki sertifikat halal, konsumen dapat yakin bahwa mereka tidak melanggar aturan agama mereka saat mengonsumsi produk tersebut. Kelima, dalam beberapa pasar, memiliki sertifikat halal dapat menjadi keharusan hukum atau syarat untuk memasuki pasar tertentu. Tanpa sertifikat halal, produk mungkin tidak dapat dijual atau didistribusikan secara legal di beberapa negara atau wilayah. Secara keseluruhan, sertifikat halal memainkan peran kunci dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dan memberikan jaminan kepada konsumen Muslim tentang kehalalan produk.

Produk yang beredar di Indonesia sangat beraneka ragam baik produk lokal maupun produk impor dari luar negeri. Pada setiap produk tersebut perlu adanya penanda halal untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk halal (Faridah, 2019)

## **Pembahasan**

Sosialisasi sertifikasi halal di media sosial adalah strategi penting untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya produk halal dan proses sertifikasinya. Dengan menggunakan berbagai platform media sosial, BPJPH, MUI, dan produsen dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih beragam. Pemanfaatan Instagram adalah dengan menggunakan gambar dan video pendek untuk menjelaskan proses sertifikasi halal, manfaat produk halal, dan cerita sukses produsen yang telah mendapatkan sertifikasi. Membuat Konten Edukatif dan Informatif dengan membuat infografis yang mudah dipahami mengenai langkah-langkah sertifikasi halal dan manfaatnya.

Dengan strategi yang tepat dan konten yang menarik, sosialisasi sertifikasi halal di media sosial dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya produk halal, serta mendorong lebih banyak produsen untuk menjalani proses sertifikasi.

Media sosial sebagai media yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia (Darajat, 2023). Teknologi digital membawa perubahan baru dalam berbagai hal yang mengubah gaya hidup seseorang dari hal yang mikro hingga ke sistem sosial. Kini hampir semua hal sudah serba digital, seperti di bidang pemerintahan dikenal dengan istilah e-gov, di bidang bisnis ada e-

commerce, dan di bidang pendidikan e-learning (Darajat, Rosyidin, Fahrudin, 2022). Potter (1997) mendefinisikan rencana komunikasi sebagai pernyataan tertulis tentang tindakan komunikasi apa yang akan anda lakukan untuk mendukung pencapaian tujuan-tujuan organisasi, kerangka waktu untuk melaksanakan rencana, anggaran, dan bagaimana anda akan mengukur hasilnya.

Strategi komunikasi yang baik merupakan modal yang kuat untuk meraih kesuksesan dalam usaha bisnis (Susanti, 2015). Strategi komunikasi dan media yang tepat menentukan efektivitas pesan yang yang disampaikan kepada pihak lain (Kusumadinata & Fitriah, 2017). Studi ini didasarkan pada penelitian kualitatif kualitatif yang dilakukan pada media sosial Instagram BPJPH.

Strategi komunikasi yang dilakukan adalah pertama, penguatan dalam hal konten atau isi pesan yang disebar oleh BPJPH dalam sosialisasi sertifikasi halal. Kedua, kegiatan yang dilakukan oleh BPJPH dalam hal sosialisasi sertifikasi halal dimuat dengan beragam cerita di media sosial. Ketiga, BPJPH juga mengajak beragam institusi baik perguruan tinggi maupun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk menjadi agen dalam sosialisasi sertifikasi halal dan diunggah di media sosial BPJPH.

Strategi Komunikasi Publik di Instagram oleh Banzas Bazis DKI Jakarta pertama, Instagram sebagai media yang efektif, kedua, pesan dari tokoh, ketiga, menampilkan tren saat

ini, keempat, pendekatan untuk para jomblo, kelima, kampanye Jumat Berkah, keenam, hiburan akhir pekan hiburan, ketujuh, layanan jemput bola, gerai, hingga zakat tunai resmi, dan kedelapan, sedekah untuk menolak wabah (Darajat & Rahmi, 2023).

Suatu proses komunikasi dapat dianggap berhasil ketika komunikan menerima dan memahami pesan sebagaimana yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi yang efektif ini akan menghasilkan tercapainya tujuan komunikasi (Vardhani & Tyas, 2018).

Strategi Komunikasi Publik adalah rencana yang disusun untuk mengelola dan mengarahkan komunikasi antara suatu organisasi atau entitas dengan publik atau khalayaknya. Tujuannya adalah untuk membangun pemahaman, dukungan, dan hubungan positif dengan publik yang bersangkutan. Berikut beberapa langkah umum dalam merancang strategi komunikasi public, pertama, Analisis yaitu menganalisis secara menyeluruh tentang publik yang akan dituju, tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, serta situasi dan konteks komunikasi. Kedua, identifikasi target *audience*, yaitu siapa target audiens Anda. Apakah itu konsumen, karyawan, pemangku kepentingan, atau masyarakat umum? Ketahui kebutuhan, nilai, dan preferensi komunikasi mereka.

Ketiga, penetapan tujuan yakni penetapan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan

waktu-tertentu untuk strategi komunikasi. Keempat, pengembangan pesan yang berarti bahwa pesan yang jelas, konsisten, dan relevan dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi. Pesan-pesan tersebut harus mudah dipahami dan dapat menarik perhatian serta emosi target audiens. Kelima, pemilihan saluran komunikasi yakni menetapkan saluran komunikasi yang efektif untuk mencapai target audiens Anda. Ini bisa termasuk media sosial, situs web, siaran pers, acara publik, atau kemitraan dengan pihak lain, yang dalam hal ini adalah Instagram. Keenam, pembuatan konten, dengan membuat konten komunikasi yang menarik dan bervariasi, seperti artikel, video, infografis, dan gambar. Sesuaikan konten dengan saluran komunikasi yang dipilih dan preferensi target audiens.

Ketujuh, implementasi dengan menerapkan strategi komunikasi Anda dengan konsisten dan teratur. Pastikan pesan-pesan Anda disampaikan secara tepat waktu dan efektif melalui saluran yang telah ditentukan. Terakhir adalah evaluasi dan pengukuran, yakni melakukan evaluasi terhadap kinerja strategi komunikasi Anda secara berkala. Gunakan metrik yang relevan, seperti tingkat interaksi, jumlah liputan media, atau survei pendapat, untuk mengukur keberhasilan dan menyesuaikan strategi jika diperlukan.

Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan

pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi satu sama lain melalui internet. Platform ini memfasilitasi berbagai jenis interaksi, mulai dari pengiriman pesan teks, gambar, dan video, hingga berbagi konten, komentar, dan menyukai atau menandai konten orang lain. Beberapa contoh media sosial yang populer termasuk Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok, dan Snapchat. Setiap platform memiliki fitur dan fungsionalitas yang unik, serta demografi pengguna yang berbeda-beda.

Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan modern, baik secara personal maupun profesional. Mereka memungkinkan individu untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas, serta memperluas jaringan sosial dan profesional mereka. Di sisi lain, media sosial juga menjadi alat penting untuk pemasaran, branding, dan komunikasi bagi bisnis dan organisasi.

Namun, penggunaan media sosial juga menimbulkan sejumlah isu dan tantangan, termasuk privasi data, penyebaran informasi palsu atau berbahaya, dan adiksi digital. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk menggunakan platform tersebut secara bertanggung jawab dan mempertimbangkan dampaknya terhadap kesejahteraan pribadi dan masyarakat secara keseluruhan.

Instagram adalah platform media sosial yang fokus pada berbagi foto dan video. Pengguna Instagram dapat mengunggah foto atau video, menambahkan keterangan atau caption, dan membagikannya dengan pengikut mereka. Instagram juga memiliki fitur-fitur seperti Instagram Stories (konten yang bersifat sementara), IGTV (layanan video jangka panjang), dan Direct Messages (pesan langsung antar pengguna). Instagram biasanya digunakan oleh individu, merek, dan organisasi untuk membangun merek, berinteraksi dengan pengikut, mempromosikan produk atau layanan, dan meningkatkan kesadaran merek.

Meskipun berbeda dalam fungsi dan format, baik website maupun Instagram dapat menjadi alat yang kuat untuk membangun kehadiran online dan berkomunikasi dengan audiens yang dituju. Banyak organisasi dan bisnis menggunakan kedua platform ini secara bersamaan sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka untuk mencapai berbagai tujuan, mulai dari branding hingga pemasaran dan dukungan pelanggan.

Sertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di Indonesia adalah proses untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi, digunakan, atau dimanfaatkan masyarakat Muslim memenuhi standar kehalalan yang telah ditetapkan. Berikut adalah langkah-langkah dan informasi umum tentang proses sertifikasi halal

BPJPH. Langkah-langkah Sertifikasi Halal BPJPH, pertama, pendaftaran, yaitu produsen atau pemilik produk mendaftarkan produknya melalui sistem layanan sertifikasi halal yang disediakan oleh BPJPH. Kedua, pemeriksaan dokumen, yakni BPJPH memeriksa dokumen administrasi dan teknis yang diajukan oleh produsen. Dokumen ini mencakup data bahan baku, proses produksi, dan informasi lainnya yang relevan.

Ketiga, audit halal, yakni Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) melakukan audit di lokasi produksi untuk memastikan bahwa proses produksi memenuhi standar halal. Audit ini mencakup pemeriksaan bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, dan transportasi. Keempat, penilaian fatwa halal yakni hasil audit diserahkan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk dilakukan penilaian dan penerbitan fatwa halal. Kelima, penerbitan sertifikat halal yaitu setelah mendapatkan fatwa halal dari MUI, BPJPH menerbitkan sertifikat halal kepada produsen. Sertifikat ini berlaku untuk jangka waktu tertentu dan harus diperbarui secara berkala. Keenam, pengawasan dan pengendalian yakni BPJPH melakukan pengawasan secara berkala untuk memastikan bahwa produsen tetap mematuhi standar halal selama masa berlaku sertifikat.

Persyaratan dan dokumen yang diperlukan untuk sertifikasi halal yaitu, data Perusahaan, terkait informasi mengenai nama

perusahaan, alamat, dan legalitas perusahaan. Kedua data produk yaitu nama produk, jenis produk, dan komposisi bahan baku. Ketiga, proses produksi adalah deskripsi detail mengenai proses produksi dari awal hingga produk jadi. Keempat, sertifikat halal bahan baku dengan memeriksa sertifikat halal untuk bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Kelima, sistem jaminan halal yaitu dokumentasi mengenai sistem jaminan halal yang diterapkan oleh perusahaan, termasuk kebijakan halal dan prosedur yang dijalankan.

Fatwa halal adalah keputusan atau pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh lembaga atau otoritas keagamaan yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), mengenai status kehalalan suatu produk, layanan, atau kegiatan. Fatwa ini didasarkan pada kajian dan penilaian yang mendalam terhadap berbagai aspek, termasuk bahan baku, proses produksi, dan aspek-aspek lain yang relevan menurut syariat Islam. Proses penetapan fatwa halal sebagai berikut, pertama, pengajuan permohonan yakni produsen atau penyedia layanan mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada BPJPH, yang kemudian berkoordinasi dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan MUI. Kedua, pemeriksaan dan audit adalah LPH melakukan pemeriksaan dan audit terhadap produk atau layanan yang diajukan. Audit ini mencakup pemeriksaan bahan baku, proses

produksi, fasilitas, dan sistem jaminan halal yang diterapkan.

Ketiga, kajian syariah merupakan hasil audit dan laporan lengkap dari LPH diserahkan kepada MUI. MUI melalui Komisi Fatwa melakukan kajian syariah berdasarkan hasil audit dan dokumen pendukung lainnya. Keempat, sidang fatwa, yakni Komisi Fatwa MUI mengadakan sidang untuk membahas dan memutuskan status kehalalan produk atau layanan tersebut. Sidang ini melibatkan para ahli di bidang syariah dan teknologi pangan. Kelima, penerbitan fatwa halal adalah jika produk atau layanan tersebut memenuhi semua persyaratan halal, MUI menerbitkan fatwa halal yang menyatakan bahwa produk atau layanan tersebut halal dan boleh digunakan oleh umat Muslim. Keenam, sertifikasi halal yang hadir berdasarkan fatwa halal dari MUI, BPJPH menerbitkan sertifikat halal yang berlaku untuk jangka waktu tertentu dan harus diperbarui secara berkala.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah lembaga yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia. BPJPH didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tugas utama BPJPH antara lain adalah mengeluarkan sertifikat halal bagi produk-produk yang memenuhi standar halal yang ditetapkan, melakukan pengawasan terhadap produksi, distribusi, dan

penjualan produk halal, serta melakukan koordinasi dengan berbagai instansi terkait dalam hal penerapan jaminan produk halal di Indonesia.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah unit eselon I termuda di bawah Kementerian Agama (Kemenag) Republik Indonesia. BPJPH dibentuk pada Oktober 2017 berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang disahkan oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 17 Oktober 2014. UU tersebut menyatakan bahwa BPJPH harus dibentuk paling lambat 3 (tiga) tahun terhitung sejak Undang-Undang JPH diundangkan.

Sesuai Peraturan Presiden Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama, BPJPH dipimpin oleh seorang Kepala Badan. Keberadaan BPJPH juga diatur di dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama. PMA tersebut mengatur tugas dan fungsi seluruh bidang di BPJPH. Keputusan Menteri Agama (KMA) No 270 tahun 2016 tentang Peta Proses Bisnis Kementerian Agama juga merupakan salah satu regulasi yang mengatur BPJPH.

Berdasarkan UU 33 tahun 2014, dalam penyelenggaraan JPH BPJPH berwenang untuk: a. merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH; b. menetapkan



norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH; c. menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk; d. melakukan registrasi Sertifikat Halal pada Produk luar negeri; e. melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal; f. melakukan akreditasi terhadap LPH; g. melakukan registrasi Auditor Halal; h. melakukan pengawasan terhadap JPH; i. melakukan pembinaan Auditor Halal; dan j. melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.

Dalam menyelenggarakan JPH, BPJPH bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Komite Fatwa Produk Halal. BPJPH juga melaksanakan kerja sama internasional dalam Jaminan Produk Halal.

Sedangkan di dalam negeri, BPJPH juga melakukan sejumlah kolaborasi untuk memperkuat penyelenggaraan JPH dengan kolaborasi antara BPJPH bersama para stakeholder terkait, mulai dari Kementerian/Lembaga, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, perguruan tinggi, asosiasi usaha, komunitas, organisasi kemasyarakatan (ormas), lembaga pelatihan, halal center/pusat kajian halal, dan lain sebagainya. BPJPH juga terus memperluas sinergitasnya dengan berbagai

pemangku kepentingan untuk memperkuat penyelenggaraan JPH.

Berbagai upaya dan terobosan strategis dilakukan BPJPH untuk melakukan percepatan sertifikasi halal produk, sekaligus memperkuat ekosistem halal di Indonesia. Tujuannya, untuk mewujudkan cita-cita Indonesia untuk menjadi pusat produsen produk halal nomor 1 di dunia.

Sosialisasi menggunakan media sosial Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk berkomunikasi dengan audiens yang luas. Berikut adalah beberapa tips untuk melakukan sosialisasi menggunakan Instagram. Pertama, profil yang menarik, yakni membuat profil Instagram yang menarik dan mencerminkan identitas atau tujuan sosialisasi dengan jelas. Serta menggunakan foto profil yang berkualitas dan deskripsi singkat yang menjelaskan siapa dan apa yang ingin disampaikan. Kedua, konten berkualitas yaitu dengan memposting konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat akan membantu untuk menarik perhatian pengikut. Ketiga, konsistensi, yakni konsisten dalam memposting konten agar pengikut terus terlibat. Buat jadwal posting yang konsisten dan berusaha untuk tetap memenuhinya. Keempat, menggunakan fitur-fitur Instagram, yakni memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram seperti Instagram Stories, IGTV, dan fitur-fitur interaktif lainnya seperti polling, kuis, dan tanya jawab untuk

meningkatkan keterlibatan pengikut Anda. Kelima, menggunakan hashtag, yaitu dengan menggunakan hashtag atau tagar yang relevan dengan konten untuk membantu orang menemukan postingan. Tentu dengan melakukan riset hashtag terlebih dahulu untuk memastikan Anda menggunakan yang paling relevan dan populer. Keenam, melakukan interaksi dengan pengikut, yakni dengan membuat hubungan yang kuat dengan pengikut dengan membalas komentar, menyukai dan mengomentari posting mereka, serta berusaha untuk terlibat dalam percakapan dengan mereka. Ketujuh, melakukan kolaborasi dengan influencer, yaitu jika memungkinkan, mempertimbangkan untuk berkolaborasi dengan influencer yang memiliki audiens yang relevan dengan tujuan sosialisasi. Kolaborasi semacam ini dapat membantu untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Terakhir atau kedelapan, analisis dan evaluasi dengan memantau kinerja posting secara teratur menggunakan fitur analitik yang disediakan oleh Instagram. Evaluasi apa yang berhasil dan apa yang tidak, dan gunakan informasi tersebut untuk meningkatkan strategi sosialisasi di masa mendatang.

Sosialisasi langsung dan menggunakan media sosial memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam hal cara, lingkup, dan dampaknya. Sosialisasi melalui media sosial adalah interaksi virtual di mana individu berkomunikasi melalui

platform online. Komunikasi terjadi melalui teks, gambar, video, dan kadang-kadang suara, tanpa interaksi langsung tatap muka. Sosialisasi melalui media sosial tidak terbatas oleh batasan waktu atau ruang. Individu dapat berinteraksi satu sama lain dari jarak jauh dan pada waktu yang berbeda, membuatnya lebih fleksibel. Sosialisasi melalui media sosial seringkali lebih terstruktur dan terencana. Individu memiliki lebih banyak kendali atas apa yang mereka bagikan dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain.

Sosialisasi melalui media sosial dapat kurang intens secara emosional karena kurangnya dimensi fisik dan tatap muka. Namun, ini dapat memungkinkan individu untuk merasa lebih nyaman dalam berbagi informasi atau berinteraksi dengan orang yang mungkin tidak mereka kenal dengan baik secara langsung. Sosialisasi melalui media sosial dapat memberikan akses ke jaringan sosial yang luas, tetapi juga dapat menyebabkan masalah seperti isolasi sosial, kecanduan media sosial, dan perasaan kurangnya koneksi yang mendalam.

Dengan kombinasi dari strategi-strategi di atas, Anda dapat menciptakan pengalaman online yang menarik dan efektif dalam menyebarkan gagasan dan sosialisasi melalui website Anda.

## **Penutup**

Strategi komunikasi publik yang efektif sangat penting bagi

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi masyarakat serta produsen terkait sertifikasi halal.

Dengan strategi komunikasi publik yang terencana dan terkoordinasi, BPJPH dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat serta produsen dalam program sertifikasi halal, sekaligus memperkuat citra BPJPH sebagai lembaga yang kredibel dan profesional dalam menjamin kehalalan produk di Indonesia.

### Daftar Pustaka

- Darajat, Deden Mauli, *Pemaknaan Keislaman di Media Sosial pada Pilpres Republik Indonesia Tahun 2019 Perspektif Meanings and Media* (Lebak, Penerbit PT Zamzam Global Utama, 2023)
- Darajat, D.M., Rosyidin, I., & Fahrudin, D. (2022). Pesantren and madrasah-based digital literacy practices: The case study of the Darunnajah Islamic Boarding School, Jakarta. *Islamic Communication Journal*, 7(2), 257-272. Doi: <https://doi.org/10.21580/icj.2022.7.2.13619>
- Darajat, Deden Mauli & Cinta Rahmi. Public Communication Strategy of Baznas Bazis DKI Jakarta on Instagram @BaznasbazisdkiJakarta. *Jurnal Kommunity Online*, 4 (2), 2023, 213-226. doi: 10.15408/jko.v4i2.35216
- Faridah HD, Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research*, Volume 2 Nomor 2, Desember 2019
- Kusumadinata, A. A., & Fitriah, M. (2017). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik melalui Program Pos Pemberdayaan Keluarga. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 225–238.
- Nabilla Kusuma Vardhani, Agnes Siwi Purwaning Tyas - Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing, *Jurnal Gama Societa*, Vol. 2 No. 1, Mei 2018, 9-16.
- Potter, Lester R. *The Communication Plan: The Heart of Strategic Communication*. San Francisco: International Association of Business Communication, 1997.
- Susanti, H. A. (2015). Strategi Komunikasi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 243. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.75>  
<https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph> diakses pada 4 Maret 2024