

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUHAN
PERINDUSTRIAN DALAM PROGRAM SERTIFIKASI HALAL
KEPADA PELAKU IKM PANGAN
DI KABUPATEN BALANGAN**

TESIS

**OLEH :
ABDULLAH
NIM. 2420438310017**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
2026**

PENGESAHAN TESIS

Judul Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Penyuluhan Perindustrian
Dalam Program Sertifikasi Halal Kepada Pelaku IKM
Pangan di Kabupaten Balangan

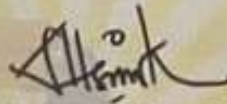
Nama : Abdullah

NIM : 2420438310017

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

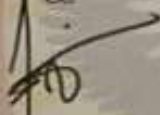
Disetujui Komisi Penguji

Ketua



Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197610052008121002

Anggota



Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si
NIP. 197403132006041002

Anggota



Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041801

Mengetahui,

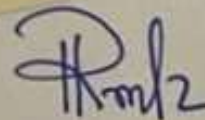
Koordinator Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si
NIP. 197403132006041002



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001

Tahun Lulus: 2026

Tanggal Wisuda:

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Judul Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Penyuluhan
Perindustrian Dalam Program Sertifikasi Halal
Kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten
Balangan

Nama : Abdullah

NIM : 2420438310017

disetujui,

Komisi Penguji Tesis

1. Dr. Siswanto, S.Sos., M.Si Pembimbing Utama
NIP. 197610052008121002
2. Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si Penguji I
NIP. 197403132006041002
3. Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si Penguji II
NIP. 198204212014041001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi


Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si
NIP. 197403132006041002

ABSTRAK

Abdullah. 2420438310017. 2026. Analisis Strategi Komunikasi Penyuluhan Perindustrian Dalam Program Sertifikasi Halal Kepada Pelaku IKM Pangan Di Kabupaten Balangan, dibawah bimbingan : Siswanto

Program Sertifikasi Halal merupakan kebijakan strategis pemerintah untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjamin kehalalan produk Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan. Namun, jumlah IKM pangan bersertifikat halal di Kabupaten Balangan masih belum optimal sehingga diperlukan strategi komunikasi penyuluhan yang efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada pelaku IKM pangan di Kabupaten Balangan menggunakan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton (1978) serta menganalisis faktor internal melalui VRIO dan faktor eksternal melalui PESTEL. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman dengan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi penyuluhan dilaksanakan melalui tahapan perencanaan komunikasi yang meliputi penetapan tujuan, identifikasi sasaran, penyusunan pesan, pemilihan media, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi tersebut meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi pelaku IKM melalui komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan pemanfaatan media digital. Keberhasilan strategi didukung oleh kompetensi penyuluh perindustrian, sinergi dengan Pendamping PPH, dukungan organisasi, serta dipengaruhi oleh faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi penyuluhan ditentukan oleh integrasi perencanaan komunikasi, kapabilitas organisasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan eksternal.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Penyuluhan; Sertifikasi Halal; Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pangan; Penyuluh Perindustrian; VRIO; PESTEL.*

ABSTRACT

Abdullah. 2420438310017. 2026. *Analysis of the Industrial Extension Communication Strategy in the Halal Certification Program for Food-Based Small and Medium Enterprises (SMEs) in Balangan Regency. Supervised by Siswanto.*

The Halal Certification Program is a strategic government policy to enhance the competitiveness of food-based Small and Medium Enterprises (SMEs) while ensuring halal product assurance. However, the number of halal-certified food SMEs in Balangan Regency remains relatively low, indicating the need for an effective extension communication strategy. This study aims to analyze the extension communication strategy in the Halal Certification Program for food SMEs using John Middleton's Communication Planning Theory (1978), supported by VRIO and PESTEL analyses. A qualitative case study approach was employed. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving the Head of the Department of Industry and Trade, the Head of the Industrial Division, industrial extension officers, Halal Product Process (PPH) Assistants, and food SME owners. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, while validity was ensured through source triangulation.

The findings reveal that the extension communication strategy was implemented through communication planning stages consisting of goal setting, audience identification, message development, media selection, implementation, and evaluation. Its implementation enhanced SMEs' awareness, understanding, and participation through interpersonal, group, and digital communication. The strategy was strengthened by competent extension officers, collaboration with PPH Assistants, organizational support, and favorable political, economic, social, technological, environmental, and legal conditions. The study concludes that successful extension communication depends on the integration of systematic communication planning, organizational capabilities, and adaptation to the external environment.

Keywords: Extension Communication Strategy; Halal Certification; Food-Based Small and Medium Enterprises (SMEs); Industrial Extension Officers; VRIO; PESTEL.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul *"Analisis Strategi Komunikasi Penyuluhan Perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan."*

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis Pengembangan strategi komunikasi yang diterapkan oleh penyuluh perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal Kepada Pelaku industri kecil dan menengah (IKM) pangan di Kabupaten Balangan. Sertifikasi halal merupakan salah satu aspek penting yang mendukung keberlanjutan dan daya saing produk pangan, terutama bagi konsumen yang mengutamakan kehalalan dalam memilih produk. Namun, banyak pelaku IKM yang masih kurang memahami pentingnya sertifikasi halal, baik dari sisi prosedur maupun manfaatnya.

Dalam penyusunan tesis ini, saya memperoleh banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Sekaligus Penguji 1, yang telah memberikan masukan yang berharga dalam pengembangan topik penelitian ini

4. Dr. Siswanto, Sos., M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berarti dalam penyusunan Tesis ini.
5. Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si selaku Penguji 2, yang telah memberikan masukan yang berharga dalam pengembangan topik penelitian ini.
6. Dosen-dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang banyak dan berguna bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Staff Prodi Magister Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis dan teman-teman lainnya selama masa perkuliahan khususnya dimasa penelitian ini.
8. Kedua orang tua yang senantiasa menjadi sistem pendukung serta tidak pernah berhenti memberikan doa, motivasi, dan dukungan selama saya menempuh studi ini.
9. Seluruh Keluarga Besar Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan yang sudah memberikan motivasi dan dukungan dalam melaksanakan studi dan penelitian ini.
10. Seluruh informan penelitian tesis ini yang dengan sangat terbuka dalam menyambut serta sangat bersedia membantu penulis dalam melaksanakan penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal ini.

Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, terutama dalam peningkatan pemahaman dan pelaksanaan sertifikasi halal pada pelaku IKM

pangan di Kabupaten Balangan. Saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk perbaikan lebih lanjut.

Akhir kata, saya berharap agar penelitian ini dapat memberikan wawasan baru serta mendukung pengembangan industri kecil dan menengah yang berkelanjutan dan berdaya saing di masa depan.

Paringin, 2026

Abdullah
NIM. 2420438310017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Konseptual.....	27
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	27
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	30
2.2.2.1 Komunikator	30
2.2.2.2 Pesan	31
2.2.2.3 Komunikan	33
2.2.2.4 Media	34
2.2.2.5 Feedback	36
2.2.3 Komunikasi Penyuluhan.....	38
2.2.3.1 Definisi Komunikasi Penyuluhan.....	38
2.2.3.2 Aspek Komunikator	42
2.2.3.3 Aspek Pesan	45
2.2.3.4 Aspek Proses Komunikasi	49
2.2.3.5 Filsafat Penyuluhan	54
2.2.3.6 Penyuluhan sebagai Pendidikan	59

2.2.3.7 Media Penyuluhan	64
2.2.4 Strategi Komunikasi	68
2.2.4.1 Definisi Strategi Komunikasi	68
2.2.4.2 Unsur-Unsur Utama dalam Strategi Komunikasi	71
2.2.5 Sertifikasi Halal	83
2.2.5.1 Definisi Halal dan Haram Menurut Agama Islam	83
2.2.5.2 Definisi Sertifikasi Halal	86
2.2.5.3 Proses Sertifikasi Halal.....	88
2.2.5.4 Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Industri Pangan ...	89
2.2.6 Penyuluhan Perindustrian	90
2.2.7 Analisis Strategi Komunikasi	92
2.2.7.1 Analisis Vrio (Internal)	92
2.2.7.2 Analisis PESTEL (Eksternal).....	96
2.3 Landasan Teori.....	100
2.3.1 Teori Perencanaan Komunikasi (Jhon middleton).....	100
2.4 Kerangka Berpikir	106
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	111
3.1 Pendekatan Penelitian.....	111
3.2 Tipe Penelitian	112
3.3 Subjek dan Objek penelitian.....	114
3.4 Jenis dan Sumber Data	119
3.4.1 Data Primer.....	119
3.4.2 Data Sekunder	120
3.5 Teknik Pengumpulan Data	121
3.6 Teknik Analisis Data	123
3.6.1 Analisis Data Model Miles dan Huberman	123
3.6.2 Analisa Vrio (Faktor Internal)	124
3.6.3 Analisis Pestel (Eksternal).....	126
3.7 Keabsahan Data	127
3.7.1 Triangulasi	127
3.8 Batasan Penelitian	128
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian	129

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	132
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	132
4.1.1 Profil Kabupaten Kabupaten Balangan	132
4.1.2 Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan	134
4.1.3 Gambaran Program Sertifikasi Halal bagi IKM Pangan	135
4.2 Deskripsi Informan Penelitian	137
4.2.1 Informan Kunci	139
4.2.2 Informan Utama.....	139
4.2.3 Karakteristik Informan	140
4.3 Hasil Penelitian.....	141
4.3.1 Analisis Strategi Komunikasi Penyuluhan Perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal	141
4.3.1.1 Tujuan Penyuluhan	141
4.3.1.2 Aspek Komunikator	153
4.3.1.3 Aspek Pesan Penyuluhan	175
4.3.1.4 Aspek Komunikan	188
4.3.1.5 Aspek Metode Penyuluhan	200
4.3.1.6 Aspek Media Penyuluhan	211
4.3.1.7 Aspek Umpan Balik dan Evaluasi	239
4.3.2 Analisis Faktor Internal Strategi Komunikasi (VRIO).....	255
4.3.2.1 Valuable (Nilai).....	255
4.3.2.2 Rarity (Langka).....	263
4.3.2.3 Inimitable (Sulit Ditiru)	267
4.3.2.4 Organized (Terorganisasi).....	279
4.3.3 Analisis Faktor Eksternal Strategi Komunikasi (PESTEL) 310	
4.3.3.1 Political (Politik/Kebijakan)	310
4.3.3.2 Economic (Ekonomi).....	314
4.3.3.3 Social (Sosial dan Budaya).....	327
4.3.3.4 Technological (Teknologi).....	346
4.3.3.5 Environmental (Lingkungan)	363
4.3.3.6 <i>Legal</i> (Hukum).....	377
4.3.4 Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Penyuluhan	387
4.3.4.1 Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Penyuluhan	387

4.3.4.2 Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Penyuluhan ...	391
4.4 Pembahasan.....	406
4.4.1 Strategi Komunikasi Penyuluhan Perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan.....	406
4.4.1.1 Tujuan Penyuluhan	406
4.4.1.2 Komunikator Penyuluhan	409
4.4.1.3 Komunikasikan Penyuluhan.....	411
4.4.1.4 Metode dan Teknik Penyuluhan	414
4.4.1.5 Media Penyuluhan	416
4.4.1.6 Umpan Balik dan Evaluasi Penyuluhan	418
4.4.2 Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan.....	420
4.4.3 Analisis VRIO Strategi Komunikasi Penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan.....	424
4.4.3.1 Value (Nilai)	424
4.4.3.2 Rarity (Kelangkaan)	427
4.4.3.3 Imitability (Sulit Ditiru)	429
4.4.3.4 Organization (Organisasi).....	431
4.4.4 Analisis PESTEL Strategi Komunikasi Penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan.....	433
4.4.4.1 <i>Political</i> (Faktor Politik)	433
4.4.4.2 <i>Economic</i> (Faktor Ekonomi).....	435
4.4.4.3 <i>Social</i> (Faktor Sosial)	437
4.4.4.4 <i>Technological</i> (Faktor Teknologi)	440
4.4.4.5 <i>Legal</i> (Faktor Hukum).....	444
4.4.5 Sintesis Analisis VRIO dan PESTEL terhadap Strategi Komunikasi Penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan di Kabupaten Balangan.....	447
4.5 Implikasi Penelitian.....	449
4.5.1 Implikasi Teoretis	449
4.5.2 Implikasi Praktis.....	451
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	452

5.1 Kesimpulan	452
5.2 Saran.....	454
5.2.1 Saran Praktis	454
5.2.2 Saran Teoritis	455
DAFTAR PUSTAKA	457
LAMPIRAN-LAMPIRAN	470

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Rekapitulasi IKM Pangan IKM Pangan Bersertifikat Halal.....	1
Tabel 2. 1 Peneltian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Informan dalam Penelitian	117
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian.....	130
Tabel 4. 1 Informan Penelitian	137
Tabel 4. 2 Matriks Temuan Penelitian Aspek Tujuan Penyuluhan.....	148
Tabel 4. 3 Matriks Temuan Penelitian Aspek Komunikator	169
Tabel 4. 4 Matriks Temuan Penelitian Aspek Pesan Penyuluhan	183
Tabel 4. 5 Matriks Temuan Penelitian Aspek Komunikan.....	196
Tabel 4. 6 Matriks Temuan Penelitian Aspek Metode Penyuluhan.....	208
Tabel 4.7 Matriks Temuan Penelitian Aspek Media Penyuluhan	233
Tabel 4. 8 Matriks Temuan Penelitian Aspek Umpan Balik dan Evaluasi.....	249
Tabel 4. 9 Matriks Temuan Analisis VRIO	295

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model komunikasi small group.....	53
Gambar 4. 1 Logo Kabupaten Balangan.....	132
Gambar 4. 2 Peta Kabupaten Balangan.....	132
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan	135

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1	109
------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Photo Kegiatan Wawancara dengan Informan	471
Lampiran 2 : Photo Kegiatan Penyuluhan	475
Lampiran 3 : Media Sosial Penyuluhan	479
Lampiran 4 : Modul Penyuluhan Sertifikasi Halal	480
Lampiran 5 : PPT Sosialisasi Sertifikasi Halal Kabupaten Balangan	495
Lampiran 6 : Checklist Dokumen Pengajuan Sertifikat Halal	504
Lampiran 7 : Alur Pendaftaran Sertifikasi Halal	505
Lampiran 8 : Contoh Sertifikat Halal	506
Lampiran 9 : Peraturan Peraturan Pemerintah Tentang Sertifikasi Halal	507