

ABSTRAK

Halal, salah satu istilah yang identik dengan Agama Islam sebagai agama dengan pemeluk terbanyak di Indonesia, makin banyak dilekatkan pada produk-produk konsumsi. Bahkan juga pada wisata, jasa keuangan, hingga hijab. Terminologi agama ini seolah digunakan untuk menyasar pasar yang lebih ter-segmen lagi. Walau siapa saja sebenarnya bisa menggunakan produk-produk dengan embel-embel terminologi agama tertentu tersebut. Kepedulian masyarakat terhadap konsumsi produk halal juga telah berubah. Kini, banyak bermunculan komunitas-komunitas yang mengkampanyekan halal. Misalnya, IMAPELA (Ikatan Mahasiswa Peduli Halal).

Komunitas yang seluruh anggotanya merupakan mahasiswa ini melakukan kampanye halal lewat media sosial, khususnya Instagram. Hal ini yang membuat komunitas ini unik dan menarik untuk dibahas, karena mahasiswa biasanya lekat dengan stereotip *rebel* dan sekuler, namun komunitas mahasiswa ini berdiri sebagai komunitas mahasiswa yang religius. Maka dari itu, penelitian ini membahas mengenai upaya-upaya kampanye halal yang dilakukan oleh IMAPELA melalui akun Instagram mereka, yaitu @imapela_pusat.

Untuk mendapat hasil deskriptif, peneliti menggunakan teknik analisis tekstual yang dikemukakan oleh Alan McKee. Analisis tekstual ini berusaha menginterpretasi makna-makna yang dapat terbentuk dari teks. Teks dalam penelitian ini berupa unggahan-unggahan dari laman Instagram @imapela_pusat yang meliputi gambar atau video, caption, hingga interaksi yang terjadi pada kolom komentar. Penelitian ini menemukan hasil bahwa IMAPELA mengkampanyekan halal dengan mengacu pada 11 Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI, melegitimasi unggahannya dengan mengutip ayat-ayat al-quran, hadits, maupun fatwa MUI. Selain itu, IMAPELA juga melakukan kegiatan-kegiatan luring seperti sosialisasi halal dan membantu UMKM untuk mendaftarkan produk-produknya untuk disertifikasi halal, yang kemudian dokumentasinya diunggah ke Instagram.

Kata kunci: Kampanye halal, IMAPELA, Instagram, dan komunitas virtual.

ABSTRACT

Halal, one of the terms synonymous with Islam with the most adherents in Indonesia, is increasingly attached to consumer products. Even on travel, financial services, and also the hijab. This religious terminology is used to target even more segmented markets. Although anyone can actually use those products with certain religious terminology. Public awareness of the consumption of halal products has also changed. Now, many communities are campaigning for halal. For example, IMAPELA (Ikatan Mahasiswa Peduli Halal).

This community, whose members are all students, conducted a halal campaign through social media, especially Instagram. This makes this community unique and interesting to discuss, because students are usually attached to stereotyped rebel and secular, but this student community stands as a religious student. Therefore, this study discusses the efforts of halal campaign carried out by IMAPELA through their Instagram account, namely @imapela_pusat.

To get descriptive results, researchers used textual analysis techniques proposed by Alan McKee. This textual analysis attempts to interpret the meanings that can be formed from the text. The text in this study is the uploads from IMAPELA's Instagram page, @imapela_pusat, which includes images or videos, captions, and interactions that occur in the comments. This study found that IMAPELA campaigned for halal by referring to 11 Halal Assurance Systems issued by LPPOM MUI, legitimizing the uploads by quoting verses from the Qur'an, hadits, and fatwa of the MUI. In addition, IMAPELA also carries out offline activities such as halal socialization and helping UMKM to register their products for halal certification, which is then uploaded to Instagram.

Key words: Halal campaign, IMAPELA, Instagram, virtual community.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan karena berkat rahmat-Nya saya boleh menyelesaikan skripsi dengan judul “Kampanye Halal oleh Komunitas Virtual IMAPELA (Ikatan Mahasiswa Peduli Halal) di Instagram” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga.

Peneliti menyadari masih ada kekurangan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, terlebih karena topik penelitian ini berada diluar zona (ny)aman saya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu bagi karya tulis selanjutnya, bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai komunitas virtual berbasis agama.

Surabaya, 16 Juli 2020

Carine Tyas Cahyanti
NIM. 071611533042