

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PENYULUHAN PERINDUSTRIAN DALAM PROGRAM SERTIFIKASI HALAL KEPADA PELAKU IKM PANGAN

Abdullah¹, Siswanto²
Universitas Lambung Mangkurat^{1,2}
abdullahdusunhalong@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi penyuluhan perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal kepada pelaku IKM pangan di Kabupaten Balangan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi ditentukan oleh perencanaan komunikasi yang sistematis, kolaborasi penyuluh perindustrian dengan Pendamping Proses Produk Halal (PPH), penyusunan pesan yang adaptif, serta pemanfaatan komunikasi interpersonal dan media digital. Temuan ini memperluas penerapan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton melalui integrasi analisis VRIO dan PESTEL dalam menjelaskan strategi komunikasi penyuluhan pada implementasi kebijakan sertifikasi halal.

Kata Kunci: Penyuluhan Perindustrian, PESTEL, Sertifikasi Halal, Strategi Komunikasi, VRIO.

ABSTRACT

This study aims to analyze the industrial extension communication strategies employed within the Halal Certification Program for food-based Small and Medium Industries (IKM) in Balangan Regency. A qualitative approach with a case study design was adopted. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and subsequently analyzed using the interactive model developed by Miles, Huberman, and Saldaña. The results indicate that the effectiveness of the communication strategy is determined by systematic communication planning, collaboration between industrial extension officers and Halal Product Process Facilitators (PPH), the formulation of adaptive messages, and the utilization of both interpersonal communication and digital media. These findings extend the application of John Middleton's Communication Planning Theory by integrating VRIO and PESTEL analyses to explain extension communication strategies within the context of halal certification policy implementation.

Keywords: Communication Strategy, Halal Certification, Industrial Extension, PESTEL, VRIO.

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal telah berkembang menjadi salah satu instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing industri pangan sekaligus memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan bagi konsumen. Di Indonesia, implementasi sertifikasi halal memperoleh perhatian yang semakin besar sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan produk yang beredar memiliki sertifikat halal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kebijakan tersebut tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan aspek religius masyarakat Muslim, tetapi juga menjadi bagian dari strategi peningkatan kualitas produk, perluasan akses pasar, dan penguatan daya saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) pada tingkat nasional maupun global (Zaini, 2025). Meskipun demikian, implementasi kebijakan sertifikasi halal di berbagai daerah masih menghadapi tantangan, terutama pada kelompok pelaku IKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, informasi, serta pemahaman mengenai prosedur sertifikasi halal.

Kabupaten Balangan merupakan salah satu daerah yang secara aktif melaksanakan Program Sertifikasi Halal melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Namun, capaian program tersebut masih menunjukkan kesenjangan antara jumlah pelaku IKM pangan yang terdaftar dengan jumlah IKM yang telah memperoleh sertifikat halal. Dari sebanyak 884 IKM pangan yang tercatat pada tahun 2024, hanya 201 unit usaha yang telah memiliki sertifikat halal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat adopsi

sertifikasi halal masih relatif rendah sehingga berpotensi mengurangi daya saing produk lokal sekaligus menghambat implementasi kebijakan Jaminan Produk Halal. Berbagai kendala seperti rendahnya literasi halal, keterbatasan informasi, persepsi mengenai tingginya biaya sertifikasi, serta kurangnya pemahaman terhadap prosedur administrasi menjadi faktor yang memengaruhi partisipasi pelaku IKM dalam program tersebut (Putri, 2024; Dewi & Sa'adah, 2024). Oleh karena itu, strategi komunikasi penyuluhan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi pelaku usaha terhadap sertifikasi halal.

Strategi komunikasi penyuluhan memiliki peran sentral dalam menjembatani kebijakan pemerintah dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Penyuluh perindustrian tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator, edukator, motivator, sekaligus pendamping bagi pelaku IKM selama proses sertifikasi halal berlangsung. Efektivitas komunikasi penyuluhan sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyuluh dalam merancang tujuan komunikasi, mengenali karakteristik sasaran, menyusun pesan yang mudah dipahami, memilih media yang sesuai, serta melakukan evaluasi terhadap proses komunikasi yang telah dilaksanakan. Perspektif tersebut sejalan dengan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton (1978) yang menekankan bahwa keberhasilan komunikasi bergantung pada proses perencanaan yang sistematis dan terintegrasi. Dalam implementasinya, efektivitas strategi komunikasi juga dipengaruhi oleh kapabilitas organisasi serta

dinamika lingkungan eksternal yang memerlukan analisis secara lebih komprehensif.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas komunikasi dalam Program Sertifikasi Halal maupun komunikasi penyuluhan kepada pelaku usaha. Penelitian Mailani (2022), Sunariyah dan Mawardi (2024), Erma dan Abidin (2024), serta Muthoharoh (2024) menunjukkan bahwa komunikasi persuasif, penggunaan media digital, dan pendampingan intensif mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai sertifikasi halal. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada efektivitas media komunikasi, komunikasi persuasif, atau implementasi kebijakan sertifikasi halal tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi penyuluhan dirancang dan diimplementasikan oleh penyuluh perindustrian sebagai aktor utama di tingkat daerah. Selain itu, penelitian sebelumnya belum mengintegrasikan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton dengan analisis VRIO dan PESTEL untuk menjelaskan keterkaitan antara proses komunikasi, kapabilitas organisasi, serta faktor lingkungan eksternal dalam mendukung keberhasilan Program Sertifikasi Halal. Kesenjangan tersebut menunjukkan perlunya penelitian yang mampu memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi penyuluhan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi penyuluhan perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal kepada pelaku IKM pangan di Kabupaten Balangan menggunakan Teori Perencanaan

Komunikasi John Middleton yang dipadukan dengan analisis VRIO dan PESTEL. Integrasi ketiga pendekatan tersebut memberikan kontribusi teoretis dalam memperluas kajian komunikasi strategis, khususnya komunikasi penyuluhan pada sektor publik, melalui pengembangan model analisis yang menghubungkan proses perencanaan komunikasi, kapabilitas organisasi, dan faktor lingkungan eksternal. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi pemerintah daerah dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi pelaku IKM pangan dalam Program Sertifikasi Halal serta mendukung peningkatan daya saing industri pangan daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi penyuluhan perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal kepada pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan di Kabupaten Balangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman, persepsi, serta praktik komunikasi para aktor yang terlibat dalam konteks alamiah. Selain itu, pendekatan ini sesuai untuk mengungkap dinamika komunikasi yang tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui data kuantitatif. Desain studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu kasus spesifik, yaitu implementasi strategi komunikasi penyuluhan perindustrian dalam Program Sertifikasi Halal di Kabupaten Balangan, sehingga

mampu memberikan pemahaman yang kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Balangan, Kalimantan Selatan, dengan fokus pada pelaksanaan Program Sertifikasi Halal yang diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan. Lokasi ini dipilih karena masih terdapat kesenjangan antara jumlah IKM pangan dan jumlah IKM yang telah memperoleh sertifikat halal, sehingga menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji efektivitas strategi komunikasi penyuluhan. Pengumpulan data dilakukan selama periode penelitian sesuai dengan tahapan perizinan, wawancara, observasi lapangan, dan pengumpulan dokumen pada tahun penelitian.

Subjek penelitian terdiri atas pejabat Dinas Perindustrian dan Perdagangan, penyuluh perindustrian, pendamping Proses Produk Halal (PPH), serta pelaku IKM pangan yang telah maupun belum memiliki sertifikat halal. Informan dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan pelaksanaan Program Sertifikasi Halal. Jumlah informan sekitar 10–15 orang, atau hingga informasi yang diperoleh mencapai kejenuhan data (data saturation). Teknik ini dipilih karena mampu menghasilkan informasi yang mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

Instrumen utama penelitian adalah peneliti (human instrument) yang didukung oleh pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan format dokumentasi. Pedoman wawancara disusun

berdasarkan indikator Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton (1978), meliputi penetapan tujuan komunikasi, identifikasi khalayak, penyusunan pesan, pemilihan media, implementasi, dan evaluasi komunikasi. Analisis juga diperkuat menggunakan kerangka VRIO untuk mengidentifikasi faktor internal organisasi dan PESTEL untuk menganalisis faktor eksternal yang memengaruhi strategi komunikasi penyuluhan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik serta member checking untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan informasi yang diberikan informan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pengalaman dan persepsi informan mengenai strategi komunikasi penyuluhan. Observasi dilakukan pada pelaksanaan kegiatan penyuluhan untuk mengidentifikasi pola interaksi, penggunaan media, serta bentuk komunikasi yang diterapkan penyuluh. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui analisis dokumen resmi, seperti modul penyuluhan, laporan kegiatan, brosur sertifikasi halal, dan dokumen kebijakan terkait. Proses pengumpulan data diawali dengan koordinasi dan perizinan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan, dilanjutkan dengan penjadwalan wawancara, observasi lapangan, serta pengumpulan dokumen pendukung.

Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah proses reduksi dan pengodean, data dianalisis

menggunakan kerangka VRIO untuk mengidentifikasi kekuatan internal organisasi berdasarkan dimensi value, rarity, imitability, dan organization. Selanjutnya, analisis PESTEL digunakan untuk mengkaji pengaruh faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum terhadap implementasi strategi komunikasi penyuluhan. Seluruh proses analisis dilakukan secara manual melalui proses kategorisasi dan interpretasi data tanpa menggunakan perangkat lunak analisis kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada Pelaku IKM Pangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Program Sertifikasi Halal di Kabupaten Balangan tidak hanya ditentukan oleh penyampaian informasi mengenai prosedur sertifikasi, tetapi oleh strategi komunikasi penyuluhan yang dirancang secara sistematis sesuai dengan karakteristik pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan. Strategi tersebut dimulai dari penetapan tujuan komunikasi yang jelas, identifikasi kebutuhan sasaran, penyusunan pesan yang mudah dipahami, pemilihan metode dan media komunikasi yang sesuai, hingga pelaksanaan evaluasi secara berkelanjutan. Pendekatan ini menghasilkan peningkatan kesadaran pelaku IKM mengenai pentingnya sertifikasi halal, pemahaman terhadap tahapan pengurusan sertifikasi, serta meningkatnya partisipasi pelaku usaha dalam mengikuti program fasilitasi sertifikasi halal. Temuan lapangan juga memperlihatkan bahwa komunikasi tidak berhenti pada kegiatan sosialisasi, tetapi dilanjutkan

melalui pendampingan personal sehingga penyuluh mampu mengidentifikasi kendala yang dihadapi setiap pelaku usaha dan memberikan solusi yang sesuai dengan kondisi masing-masing. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi penyuluhan berkembang sebagai proses yang berorientasi pada perubahan perilaku, bukan sekadar penyampaian informasi.

Proses komunikasi diawali dengan penetapan tujuan penyuluhan yang diarahkan untuk membangun kesadaran halal, meningkatkan pemahaman terhadap prosedur sertifikasi, mendorong kepatuhan terhadap regulasi Jaminan Produk Halal, dan meningkatkan jumlah IKM yang memperoleh sertifikat halal. Kejelasan tujuan tersebut menjadi dasar penyusunan seluruh aktivitas komunikasi sehingga penyuluh memiliki arah yang sama dalam setiap kegiatan pembinaan. Sebelum memasuki penjelasan mengenai persyaratan administratif, penyuluh terlebih dahulu membangun persepsi bahwa sertifikasi halal merupakan kebutuhan strategis bagi keberlanjutan usaha karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing produk. Pendekatan tersebut membuat pelaku IKM tidak lagi memandang sertifikasi halal sebagai kewajiban administratif semata, tetapi sebagai investasi usaha yang memberikan manfaat ekonomi maupun hukum. Dengan demikian, tujuan komunikasi berfungsi sebagai dasar pembentukan motivasi pelaku usaha untuk berpartisipasi secara aktif dalam program sertifikasi halal.

Temuan tersebut sejalan dengan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton (1978) yang menempatkan penetapan tujuan sebagai fondasi utama dalam proses komunikasi pembangunan. Middleton menjelaskan bahwa seluruh keputusan komunikasi, mulai dari penentuan sasaran, penyusunan pesan, pemilihan media, hingga evaluasi program, harus disusun berdasarkan tujuan yang jelas agar menghasilkan perubahan yang diharapkan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa prinsip tersebut diterapkan secara nyata oleh penyuluh perindustrian di Kabupaten Balangan. Strategi komunikasi tidak dibangun secara spontan, tetapi melalui proses perencanaan yang mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, dan kemampuan pelaku IKM dalam menerima informasi. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Muhammad Setia Aji (2023) yang menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi sertifikasi halal dipengaruhi oleh kemampuan perencanaan program dalam merumuskan tujuan komunikasi yang terukur. Akan tetapi, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih luas karena menunjukkan bahwa tujuan komunikasi juga berfungsi sebagai mekanisme koordinasi antarpenguluh, pendamping Proses Produk Halal (PPH), dan pemerintah daerah dalam mencapai target peningkatan jumlah IKM bersertifikat halal.

Keberhasilan penyuluhan juga dipengaruhi oleh kompetensi komunikator sebagai pelaksana utama strategi komunikasi. Penyuluh perindustrian berperan sebagai komunikator yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan interpersonal

dengan pelaku IKM. Hubungan tersebut diperkuat melalui kolaborasi dengan Pendamping Proses Produk Halal (PPH) yang memiliki kompetensi teknis dalam proses sertifikasi. Pembagian peran tersebut menghasilkan komunikasi yang saling melengkapi, di mana penyuluh berfokus pada peningkatan kesadaran dan motivasi, sedangkan pendamping PPH memberikan pendampingan teknis hingga proses sertifikasi selesai. Pola kerja tersebut membuat komunikasi berlangsung secara berkesinambungan sehingga setiap kendala yang muncul dapat segera diidentifikasi dan diselesaikan melalui koordinasi antarpelaksana program.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas komunikator tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berbicara atau menjelaskan materi, tetapi juga oleh kredibilitas, pengalaman, kemampuan membangun kepercayaan, dan koordinasi antarlembaga. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian NR Lintang (2022) yang menyatakan bahwa kredibilitas komunikator menjadi faktor penting dalam membangun kesadaran pelaku usaha terhadap sertifikasi halal. Namun demikian, penelitian ini menemukan dimensi baru bahwa efektivitas komunikator meningkat ketika komunikasi dilakukan secara kolaboratif antara penyuluh perindustrian dan pendamping PPH. Kolaborasi tersebut menciptakan kesinambungan informasi dari tahap sosialisasi hingga pendampingan teknis sehingga pelaku IKM memperoleh pendampingan secara utuh.

Selain komunikator, keberhasilan strategi komunikasi dipengaruhi oleh penyusunan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pelaku IKM pangan. Penyuluh menyederhanakan istilah-istilah teknis mengenai Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), persyaratan administrasi, dan prosedur sertifikasi menjadi bahasa yang mudah dipahami. Penyampaian pesan juga selalu dikaitkan dengan pengalaman usaha sehari-hari sehingga pelaku IKM dapat memahami manfaat sertifikasi halal secara konkret. Pesan komunikasi tidak hanya menekankan aspek kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga manfaat ekonomi, peningkatan kepercayaan konsumen, peluang pemasaran, dan keberlanjutan usaha. Strategi tersebut membuat materi penyuluhan lebih mudah diterima dibandingkan apabila hanya berorientasi pada penyampaian ketentuan hukum.

Temuan ini menunjukkan bahwa penyusunan pesan telah memenuhi prinsip komunikasi pembangunan yang menempatkan kebutuhan khalayak sebagai dasar penyusunan isi pesan. Dalam perspektif Middleton, pesan komunikasi harus relevan dengan pengalaman sasaran agar mampu menghasilkan perubahan pengetahuan dan perilaku. Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Wahyuni (2021) yang menemukan bahwa penyederhanaan pesan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap prosedur sertifikasi halal. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pesan semakin meningkat ketika dikombinasikan dengan pendampingan individual sehingga setiap pelaku usaha memperoleh

penjelasan sesuai dengan kebutuhan usahanya masing-masing.

Pemilihan metode dan media komunikasi menjadi faktor penting lainnya dalam keberhasilan penyuluhan. Penyuluh memanfaatkan kombinasi komunikasi interpersonal, diskusi kelompok, praktik langsung, konsultasi individual, serta media digital seperti *WhatsApp Group* sebagai sarana koordinasi dan penyebaran informasi. Kombinasi berbagai metode tersebut memungkinkan penyuluh menjangkau pelaku usaha dengan tingkat literasi yang berbeda-beda. Komunikasi tatap muka digunakan untuk membangun kepercayaan dan memberikan penjelasan mendalam, sedangkan media digital dimanfaatkan untuk mempercepat distribusi informasi, koordinasi jadwal pendampingan, dan tindak lanjut terhadap proses sertifikasi. Pemanfaatan berbagai saluran komunikasi menunjukkan bahwa strategi penyuluhan telah berkembang menjadi komunikasi multikanal yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pelaku usaha.

Tahap akhir dari strategi komunikasi diwujudkan melalui evaluasi dan umpan balik yang dilakukan secara berkelanjutan. Penyuluh tidak hanya mengevaluasi jumlah peserta yang mengikuti penyuluhan, tetapi juga menilai tingkat pemahaman, kesiapan dokumen, perkembangan proses sertifikasi, serta kendala yang masih dihadapi pelaku IKM. Informasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar penyempurnaan materi, metode, maupun mekanisme pendampingan pada kegiatan berikutnya. Proses evaluasi yang berlangsung secara terus-menerus

menunjukkan bahwa strategi komunikasi bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan sasaran.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal di Kabupaten Balangan merupakan proses yang terintegrasi mulai dari perencanaan tujuan, penguatan kapasitas komunikator, penyusunan pesan, pemilihan metode dan media, hingga evaluasi program. Integrasi tersebut membentuk sistem komunikasi yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan pelaku IKM, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku menuju kepatuhan terhadap sertifikasi halal. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada penguatan penerapan Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton dalam konteks komunikasi penyuluhan pemerintah, sekaligus menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh sinergi antarpelaksana program, kesinambungan pendampingan, dan kemampuan menyesuaikan strategi dengan karakteristik sasaran. Temuan tersebut memberikan implikasi praktis bahwa penyusunan strategi komunikasi penyuluhan pada program pembangunan sebaiknya dirancang secara partisipatif, berkelanjutan, dan berbasis kebutuhan masyarakat sehingga mampu menghasilkan perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Kapabilitas Organisasi sebagai Pendukung Strategi Komunikasi Penyuluhan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi penyuluhan dalam Program

Sertifikasi Halal tidak hanya ditentukan oleh proses komunikasi yang dirancang secara sistematis, tetapi juga oleh kapabilitas internal organisasi yang mendukung implementasi program. Analisis terhadap sumber daya organisasi memperlihatkan bahwa kompetensi penyuluh perindustrian, pengalaman pendampingan, sinergi antara penyuluh dengan Pendamping Proses Produk Halal (PPH), ketersediaan data pelaku IKM, serta dukungan kelembagaan menjadi faktor strategis yang memperkuat pelaksanaan komunikasi penyuluhan. Kombinasi berbagai sumber daya tersebut memungkinkan penyuluh melaksanakan komunikasi yang lebih adaptif sesuai dengan karakteristik pelaku IKM pangan, sehingga informasi mengenai sertifikasi halal dapat diterima secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Kompetensi penyuluh merupakan sumber daya yang memberikan nilai strategis (valuable) karena tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga kemampuan memahami kondisi sosial, ekonomi, dan psikologis pelaku usaha. Penyuluh memanfaatkan pengalaman lapangan untuk menyesuaikan materi penyuluhan dengan kebutuhan setiap pelaku IKM, sehingga komunikasi berlangsung secara lebih personal dan mudah dipahami. Nilai strategis tersebut semakin diperkuat oleh keberadaan pendamping PPH yang memberikan pendampingan teknis selama proses sertifikasi. Dengan demikian, penyuluhan tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi berkembang menjadi proses pendampingan yang membantu pelaku usaha menyelesaikan setiap tahapan sertifikasi halal secara

bertahap. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai suatu sumber daya dalam organisasi tidak hanya diukur dari kepemilikan sumber daya tersebut, tetapi juga dari kemampuannya menghasilkan perubahan perilaku dan meningkatkan keberhasilan program.

Dalam perspektif *Resource-Based View*, Barney (1991) menjelaskan bahwa sumber daya hanya akan menjadi keunggulan apabila mampu menciptakan nilai bagi organisasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kompetensi komunikasi penyuluh, kemampuan membangun hubungan interpersonal, pengalaman pendampingan, serta penguasaan materi sertifikasi halal merupakan aset tidak berwujud yang memberikan manfaat nyata terhadap keberhasilan strategi komunikasi penyuluhan. Temuan ini memperluas penerapan konsep *valuable* ke dalam kajian komunikasi karena menunjukkan bahwa kualitas komunikasi merupakan sumber daya strategis organisasi, bukan sekadar kemampuan individual penyuluh. Hasil penelitian ini juga memperkuat pandangan Peteraf (1993) bahwa keunggulan organisasi dibangun melalui kemampuan mengombinasikan berbagai sumber daya menjadi kapabilitas yang bernilai.

Selain memiliki nilai strategis, penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi penyuluhan di Kabupaten Balangan memiliki karakteristik yang relatif unik (*rarity*). Keunikan tersebut tidak terletak pada keberadaan penyuluh maupun pendamping PPH secara terpisah, tetapi pada pola sinergi yang dibangun antara kedua aktor tersebut dalam satu sistem pelayanan. Penyuluh bertugas membangun kesadaran, motivasi, dan pemahaman

awal pelaku usaha, sedangkan pendamping PPH melanjutkan proses melalui pendampingan teknis hingga sertifikat halal diterbitkan. Sinergi tersebut didukung oleh penggunaan data IKM yang terintegrasi, koordinasi rutin, serta komunikasi yang berkesinambungan melalui pertemuan langsung maupun media digital. Pola kerja tersebut menghasilkan mekanisme pelayanan yang relatif berbeda dibandingkan pelaksanaan program sertifikasi halal di berbagai daerah lain, sehingga menjadi karakteristik khas strategi komunikasi penyuluhan di Kabupaten Balangan.

Keunikan tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas komunikator, tetapi juga oleh kemampuan organisasi mengintegrasikan berbagai fungsi dalam satu mekanisme kerja yang saling melengkapi. Temuan ini sejalan dengan Barney (1991) dan Peteraf (1993) yang menyatakan bahwa sumber daya yang langka akan menghasilkan keunggulan ketika tidak dimiliki atau tidak mudah ditemukan pada organisasi lain. Penelitian ini juga memperluas hasil penelitian Wahyuni (2021) dan Fauzi (2020) yang menekankan pentingnya pendampingan dalam program sertifikasi halal. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pembeda bukan hanya terletak pada intensitas pendampingan, melainkan pada integrasi kelembagaan antara penyuluh perindustrian, pendamping PPH, dan sistem informasi IKM yang mendukung kesinambungan komunikasi. Dengan demikian, *rarity* dalam penelitian ini muncul sebagai hasil dari kolaborasi organisasi,

bukan semata-mata dari kemampuan individu.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi penyuluhan memiliki tingkat kesulitan untuk direplikasi (inimitability) karena dibangun melalui pengalaman organisasi yang berkembang dalam jangka panjang. Pengalaman penyuluh dalam mendampingi berbagai karakteristik pelaku usaha, hubungan interpersonal yang telah terbentuk, kepercayaan masyarakat terhadap penyuluh, serta budaya koordinasi antarpelaksana program merupakan aset yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh organisasi lain. Hubungan sosial yang telah terbangun memungkinkan penyuluh memperoleh akses yang lebih mudah kepada pelaku usaha, memahami hambatan yang dihadapi, dan menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi tidak hanya ditentukan oleh prosedur formal, tetapi juga oleh modal sosial yang berkembang melalui interaksi berkelanjutan.

Perspektif Barney (1991) menjelaskan bahwa sumber daya menjadi sulit ditiru apabila terbentuk melalui proses historis, pengalaman organisasi, serta hubungan sosial yang kompleks. Hasil penelitian mendukung pandangan tersebut karena memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi penyuluhan di Kabupaten Balangan dibangun melalui akumulasi pengalaman penyuluh, pembelajaran organisasi, dan kepercayaan yang telah terbentuk antara pemerintah daerah dengan pelaku IKM. Oleh karena itu, meskipun prosedur penyuluhan dapat diadopsi oleh daerah lain, kualitas

hubungan sosial dan koordinasi yang menjadi fondasi strategi komunikasi tidak dapat direplikasi secara instan.

Keberhasilan strategi komunikasi juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola seluruh sumber daya tersebut (organization). Penelitian menunjukkan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Balangan telah membangun koordinasi yang cukup baik melalui pembagian tugas yang jelas antara penyuluh perindustrian dan pendamping PPH, pemanfaatan data IKM sebagai dasar penentuan sasaran, serta penggunaan media komunikasi digital untuk mempercepat koordinasi lapangan. Walaupun masih terdapat keterbatasan jumlah penyuluh, anggaran, dan cakupan wilayah pelayanan, organisasi mampu mengoptimalkan sumber daya yang tersedia melalui kerja kolaboratif sehingga pelaksanaan penyuluhan tetap berjalan secara efektif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kekuatan organisasi tidak hanya ditentukan oleh besarnya sumber daya yang dimiliki, tetapi oleh kemampuan mengelola dan memanfaatkan sumber daya tersebut secara optimal.

Secara keseluruhan, analisis VRIO menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal merupakan hasil dari integrasi antara kompetensi penyuluh, pengalaman organisasi, sinergi kelembagaan, pengelolaan data, dan dukungan organisasi. Temuan ini memperluas penerapan VRIO dalam kajian Ilmu Komunikasi dengan menunjukkan bahwa komunikasi penyuluhan dapat dipahami sebagai kapabilitas strategis organisasi yang

menghasilkan keunggulan dalam implementasi program pembangunan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menempatkan VRIO sebagai alat analisis manajemen strategis, penelitian ini membuktikan bahwa kerangka tersebut juga relevan untuk menjelaskan bagaimana sumber daya komunikasi menjadi faktor penentu keberhasilan penyuluhan. Secara praktis, hasil penelitian menegaskan bahwa peningkatan efektivitas komunikasi penyuluhan tidak cukup dilakukan melalui peningkatan kapasitas individu penyuluh, tetapi harus disertai penguatan koordinasi organisasi, pengembangan sistem informasi pelaku IKM, peningkatan kompetensi pendamping, serta pembentukan mekanisme kolaborasi yang berkelanjutan. Integrasi berbagai sumber daya tersebut menjadi fondasi utama bagi keberhasilan komunikasi penyuluhan dalam mempercepat pencapaian target sertifikasi halal di Kabupaten Balangan. *daptasi Strategi Komunikasi terhadap Lingkungan Eksternal*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal tidak hanya ditentukan oleh kapabilitas internal organisasi, tetapi juga oleh kemampuan penyuluh dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika lingkungan eksternal. Analisis PESTEL memperlihatkan bahwa faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum saling berinteraksi membentuk konteks pelaksanaan penyuluhan sehingga memengaruhi efektivitas komunikasi kepada pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak dapat diterapkan secara seragam, melainkan harus terus disesuaikan dengan perubahan kebijakan, karakteristik masyarakat, perkembangan teknologi, serta tuntutan regulasi yang berkembang selama pelaksanaan program.

Dari aspek politik, implementasi Program Sertifikasi Halal memperoleh dukungan melalui kebijakan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu prioritas pengembangan IKM pangan. Dukungan tersebut diwujudkan melalui penyediaan program fasilitasi sertifikasi halal, penyelenggaraan kegiatan penyuluhan, serta kolaborasi antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Kebijakan tersebut memberikan legitimasi sekaligus memperkuat kepercayaan pelaku usaha terhadap program yang dilaksanakan pemerintah. Penyuluh memanfaatkan dukungan kebijakan tersebut sebagai materi komunikasi untuk membangun keyakinan bahwa sertifikasi halal merupakan bagian dari agenda pembangunan nasional yang memberikan manfaat nyata bagi keberlanjutan usaha.

Dari perspektif komunikasi pembangunan, dukungan kebijakan memiliki fungsi strategis karena menciptakan lingkungan yang kondusif bagi berlangsungnya proses perubahan sosial. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi penyuluhan menjadi lebih efektif ketika memperoleh dukungan kelembagaan yang kuat. Kondisi tersebut memperkuat pandangan John

Middleton (1978) bahwa keberhasilan perencanaan komunikasi dipengaruhi oleh kesesuaian antara tujuan komunikasi dengan kebijakan pembangunan yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, kebijakan pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai dasar administratif pelaksanaan program, tetapi juga sebagai sumber legitimasi yang memperkuat kredibilitas pesan komunikasi di hadapan pelaku usaha.

Selain faktor politik, kondisi ekonomi masyarakat menjadi salah satu faktor eksternal yang sangat memengaruhi efektivitas komunikasi penyuluhan. Penelitian menemukan bahwa sebagian pelaku IKM masih memiliki keterbatasan modal usaha sehingga muncul kekhawatiran terhadap biaya sertifikasi, biaya penyesuaian proses produksi, maupun kemungkinan meningkatnya beban administrasi. Kondisi ekonomi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya siap mengikuti program sertifikasi meskipun telah memahami manfaatnya. Oleh karena itu, penyuluh mengembangkan strategi komunikasi yang menekankan keberadaan program sertifikasi halal gratis (self declare) serta berbagai bentuk fasilitasi pemerintah untuk mengurangi persepsi bahwa sertifikasi halal merupakan beban ekonomi bagi pelaku usaha.

Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa penyuluh tidak hanya menyampaikan informasi mengenai prosedur sertifikasi, tetapi juga berusaha mengurangi hambatan psikologis yang muncul akibat kondisi ekonomi pelaku usaha. Pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi yang efektif harus mampu memahami realitas ekonomi sasaran sehingga pesan yang

disampaikan lebih mudah diterima. Temuan ini mendukung penelitian Muthoharoh (2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan program sertifikasi halal sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator menjelaskan manfaat ekonomi sekaligus memberikan solusi terhadap kendala biaya yang dihadapi pelaku usaha. Namun, penelitian ini memberikan temuan yang lebih luas karena menunjukkan bahwa faktor ekonomi tidak hanya menjadi hambatan implementasi program, tetapi juga menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan sasaran.

Aspek sosial juga menjadi faktor penting dalam penyusunan strategi komunikasi penyuluhan. Kabupaten Balangan merupakan daerah dengan mayoritas penduduk Muslim yang memiliki perhatian tinggi terhadap kehalalan produk pangan. Nilai-nilai religius tersebut menjadi modal sosial yang memudahkan penyuluh dalam membangun kesadaran mengenai pentingnya sertifikasi halal. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa tingkat literasi administrasi dan pemahaman mengenai prosedur sertifikasi masih beragam di antara pelaku IKM. Perbedaan tingkat pendidikan, pengalaman usaha, serta kemampuan memahami dokumen administrasi menyebabkan penyuluh harus menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai dengan karakteristik masing-masing kelompok sasaran.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa faktor sosial tidak hanya berkaitan dengan budaya masyarakat, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi lintas

karakteristik sosial. Penyuluh mengembangkan komunikasi interpersonal, diskusi kelompok, dan pendampingan individual agar pesan dapat diterima oleh seluruh pelaku usaha tanpa memandang tingkat pendidikan maupun pengalaman mereka. Pendekatan tersebut memperkuat konsep komunikasi partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek dalam proses komunikasi, sehingga proses penyuluhan berlangsung secara dialogis dan menghasilkan perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Perkembangan teknologi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap strategi komunikasi penyuluhan. Penelitian menunjukkan bahwa penyuluh memanfaatkan media digital, terutama WhatsApp Group, sebagai sarana koordinasi, penyampaian informasi, distribusi dokumen, serta konsultasi selama proses sertifikasi halal berlangsung. Pemanfaatan teknologi digital mempercepat arus informasi, memperpendek waktu koordinasi, serta memungkinkan komunikasi tetap berlangsung meskipun penyuluh dan pelaku usaha berada pada lokasi yang berbeda. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa kemampuan literasi digital pelaku IKM belum merata sehingga komunikasi digital belum sepenuhnya dapat menggantikan komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, penyuluh menerapkan strategi komunikasi multikanal dengan mengombinasikan media digital dan komunikasi interpersonal agar seluruh pelaku usaha tetap memperoleh informasi secara optimal.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam komunikasi penyuluhan tidak dimaksudkan untuk menggantikan hubungan interpersonal, melainkan memperkuat efektivitas komunikasi yang telah dibangun melalui interaksi langsung. Kondisi ini memperluas konsep perencanaan komunikasi Middleton yang pada awalnya lebih banyak membahas pemilihan media konvensional, menjadi lebih relevan dengan konteks komunikasi digital dalam penyelenggaraan program pembangunan.

Selain aspek tersebut, faktor lingkungan dan hukum juga memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi penyuluhan. Dari aspek lingkungan, penyuluh mendorong pelaku IKM untuk menerapkan praktik produksi yang bersih, higienis, serta sesuai dengan standar Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal dipahami tidak hanya sebagai proses administrasi, tetapi juga sebagai upaya membangun tata kelola produksi yang berkelanjutan. Sementara itu, dari aspek hukum, keberadaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi landasan utama dalam penyusunan strategi komunikasi. Penyuluh memanfaatkan regulasi tersebut untuk menjelaskan bahwa sertifikasi halal merupakan kewajiban hukum sekaligus instrumen perlindungan konsumen dan penguatan legalitas usaha. Pendekatan tersebut meningkatkan kesadaran pelaku IKM bahwa kepatuhan terhadap regulasi bukan hanya memenuhi tuntutan pemerintah, tetapi juga memperkuat kredibilitas produk di mata konsumen. Temuan ini sejalan

dengan Morita et al. (2023), Kung (2023), serta penelitian Muthoharoh (2024) yang menegaskan bahwa kepastian regulasi merupakan faktor penting dalam keberhasilan implementasi strategi komunikasi sertifikasi halal.

Secara keseluruhan, analisis PESTEL menunjukkan bahwa strategi komunikasi penyuluhan di Kabupaten Balangan dibangun melalui proses adaptasi yang berkelanjutan terhadap perubahan lingkungan eksternal. Penyuluh tidak hanya mempertimbangkan kemampuan organisasi dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi pelaku usaha, karakteristik sosial masyarakat, perkembangan teknologi informasi, tuntutan pengelolaan lingkungan, serta kepastian regulasi yang berlaku. Temuan ini memperluas kajian komunikasi pembangunan dengan menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi penyuluhan merupakan hasil interaksi antara perencanaan komunikasi yang sistematis dan kemampuan organisasi membaca lingkungan strategis. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa penyusunan strategi komunikasi pada program pembangunan perlu dilakukan secara fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan agar tujuan komunikasi tetap dapat dicapai secara efektif dan berkelanjutan.

Adaptasi Strategi Komunikasi terhadap Lingkungan Eksternal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal tidak hanya ditentukan oleh kapabilitas internal

organisasi, tetapi juga oleh kemampuan penyuluh dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika lingkungan eksternal. Analisis PESTEL memperlihatkan bahwa faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum saling berinteraksi membentuk konteks pelaksanaan penyuluhan sehingga memengaruhi efektivitas komunikasi kepada pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak dapat diterapkan secara seragam, melainkan harus terus disesuaikan dengan perubahan kebijakan, karakteristik masyarakat, perkembangan teknologi, serta tuntutan regulasi yang berkembang selama pelaksanaan program.

Dari aspek politik, implementasi Program Sertifikasi Halal memperoleh dukungan melalui kebijakan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu prioritas pengembangan IKM pangan. Dukungan tersebut diwujudkan melalui penyediaan program fasilitasi sertifikasi halal, penyelenggaraan kegiatan penyuluhan, serta kolaborasi antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Kebijakan tersebut memberikan legitimasi sekaligus memperkuat kepercayaan pelaku usaha terhadap program yang dilaksanakan pemerintah. Penyuluh memanfaatkan dukungan kebijakan tersebut sebagai materi komunikasi untuk membangun keyakinan bahwa sertifikasi halal merupakan bagian dari agenda pembangunan nasional

yang memberikan manfaat nyata bagi keberlanjutan usaha.

Dari perspektif komunikasi pembangunan, dukungan kebijakan memiliki fungsi strategis karena menciptakan lingkungan yang kondusif bagi berlangsungnya proses perubahan sosial. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi penyuluhan menjadi lebih efektif ketika memperoleh dukungan kelembagaan yang kuat. Kondisi tersebut memperkuat pandangan John Middleton (1978) bahwa keberhasilan perencanaan komunikasi dipengaruhi oleh kesesuaian antara tujuan komunikasi dengan kebijakan pembangunan yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, kebijakan pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai dasar administratif pelaksanaan program, tetapi juga sebagai sumber legitimasi yang memperkuat kredibilitas pesan komunikasi di hadapan pelaku usaha.

Selain faktor politik, kondisi ekonomi masyarakat menjadi salah satu faktor eksternal yang sangat memengaruhi efektivitas komunikasi penyuluhan. Penelitian menemukan bahwa sebagian pelaku IKM masih memiliki keterbatasan modal usaha sehingga muncul kekhawatiran terhadap biaya sertifikasi, biaya penyesuaian proses produksi, maupun kemungkinan meningkatnya beban administrasi. Kondisi ekonomi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya siap mengikuti program sertifikasi meskipun telah memahami manfaatnya. Oleh karena itu, penyuluh mengembangkan strategi komunikasi yang menekankan keberadaan program sertifikasi halal gratis (self declare) serta berbagai bentuk fasilitasi pemerintah untuk mengurangi persepsi bahwa

sertifikasi halal merupakan beban ekonomi bagi pelaku usaha.

Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa penyuluh tidak hanya menyampaikan informasi mengenai prosedur sertifikasi, tetapi juga berusaha mengurangi hambatan psikologis yang muncul akibat kondisi ekonomi pelaku usaha. Pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi yang efektif harus mampu memahami realitas ekonomi sasaran sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Temuan ini mendukung penelitian Muthoharoh (2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan program sertifikasi halal sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator menjelaskan manfaat ekonomi sekaligus memberikan solusi terhadap kendala biaya yang dihadapi pelaku usaha. Namun, penelitian ini memberikan temuan yang lebih luas karena menunjukkan bahwa faktor ekonomi tidak hanya menjadi hambatan implementasi program, tetapi juga menjadi dasar penyusunan strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan sasaran.

Aspek sosial juga menjadi faktor penting dalam penyusunan strategi komunikasi penyuluhan. Kabupaten Balangan merupakan daerah dengan mayoritas penduduk Muslim yang memiliki perhatian tinggi terhadap kehalalan produk pangan. Nilai-nilai religius tersebut menjadi modal sosial yang memudahkan penyuluh dalam membangun kesadaran mengenai pentingnya sertifikasi halal. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa tingkat literasi administrasi dan pemahaman mengenai prosedur sertifikasi masih beragam di antara pelaku IKM.

Perbedaan tingkat pendidikan, pengalaman usaha, serta kemampuan memahami dokumen administrasi menyebabkan penyuluh harus menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai dengan karakteristik masing-masing kelompok sasaran.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa faktor sosial tidak hanya berkaitan dengan budaya masyarakat, tetapi juga mencakup kemampuan komunikasi lintas karakteristik sosial. Penyuluh mengembangkan komunikasi interpersonal, diskusi kelompok, dan pendampingan individual agar pesan dapat diterima oleh seluruh pelaku usaha tanpa memandang tingkat pendidikan maupun pengalaman mereka. Pendekatan tersebut memperkuat konsep komunikasi partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek dalam proses komunikasi, sehingga proses penyuluhan berlangsung secara dialogis dan menghasilkan perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Perkembangan teknologi juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap strategi komunikasi penyuluhan. Penelitian menunjukkan bahwa penyuluh memanfaatkan media digital, terutama WhatsApp Group, sebagai sarana koordinasi, penyampaian informasi, distribusi dokumen, serta konsultasi selama proses sertifikasi halal berlangsung. Pemanfaatan teknologi digital mempercepat arus informasi, memperpendek waktu koordinasi, serta memungkinkan komunikasi tetap berlangsung meskipun penyuluh dan pelaku usaha berada pada lokasi yang berbeda. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa kemampuan literasi digital pelaku IKM belum

merata sehingga komunikasi digital belum sepenuhnya dapat menggantikan komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, penyuluh menerapkan strategi komunikasi multikanal dengan mengombinasikan media digital dan komunikasi interpersonal agar seluruh pelaku usaha tetap memperoleh informasi secara optimal.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam komunikasi penyuluhan tidak dimaksudkan untuk menggantikan hubungan interpersonal, melainkan memperkuat efektivitas komunikasi yang telah dibangun melalui interaksi langsung. Kondisi ini memperluas konsep perencanaan komunikasi Middleton yang pada awalnya lebih banyak membahas pemilihan media konvensional, menjadi lebih relevan dengan konteks komunikasi digital dalam penyelenggaraan program pembangunan.

Selain aspek tersebut, faktor lingkungan dan hukum juga memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi penyuluhan. Dari aspek lingkungan, penyuluh mendorong pelaku IKM untuk menerapkan praktik produksi yang bersih, higienis, serta sesuai dengan standar Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal dipahami tidak hanya sebagai proses administrasi, tetapi juga sebagai upaya membangun tata kelola produksi yang berkelanjutan. Sementara itu, dari aspek hukum, keberadaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi landasan utama dalam penyusunan strategi komunikasi. Penyuluh memanfaatkan regulasi tersebut untuk menjelaskan bahwa sertifikasi halal merupakan

kewajiban hukum sekaligus instrumen perlindungan konsumen dan penguatan legalitas usaha. Pendekatan tersebut meningkatkan kesadaran pelaku IKM bahwa kepatuhan terhadap regulasi bukan hanya memenuhi tuntutan pemerintah, tetapi juga memperkuat kredibilitas produk di mata konsumen. Temuan ini sejalan dengan Morita et al. (2023), Kung (2023), serta penelitian Muthoharoh (2024) yang menegaskan bahwa kepastian regulasi merupakan faktor penting dalam keberhasilan implementasi strategi komunikasi sertifikasi halal.

Secara keseluruhan, analisis PESTEL menunjukkan bahwa strategi komunikasi penyuluhan di Kabupaten Balangan dibangun melalui proses adaptasi yang berkelanjutan terhadap perubahan lingkungan eksternal. Penyuluh tidak hanya mempertimbangkan kemampuan organisasi dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menyesuaikan strategi komunikasi dengan dinamika kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi pelaku usaha, karakteristik sosial masyarakat, perkembangan teknologi informasi, tuntutan pengelolaan lingkungan, serta kepastian regulasi yang berlaku. Temuan ini memperluas kajian komunikasi pembangunan dengan menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi penyuluhan merupakan hasil interaksi antara perencanaan komunikasi yang sistematis dan kemampuan organisasi membaca lingkungan strategis. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa penyusunan strategi komunikasi pada program pembangunan perlu dilakukan secara fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan agar

tujuan komunikasi tetap dapat dicapai secara efektif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi penyuluhan dalam Program Sertifikasi Halal kepada pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan di Kabupaten Balangan merupakan hasil integrasi antara perencanaan komunikasi yang sistematis, kapabilitas organisasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan eksternal. Strategi komunikasi yang diterapkan melalui penetapan tujuan yang jelas, penyusunan pesan sesuai karakteristik sasaran, pemilihan metode dan media komunikasi yang tepat, serta evaluasi berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan partisipasi pelaku IKM dalam proses sertifikasi halal. Keberhasilan tersebut juga didukung oleh kompetensi penyuluh perindustrian, sinergi dengan Pendamping Proses Produk Halal (PPH), pemanfaatan data IKM, serta dukungan organisasi yang memungkinkan pelaksanaan komunikasi berlangsung secara efektif dan adaptif terhadap dinamika politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan regulasi.

Temuan penelitian ini memperkuat relevansi Teori Perencanaan Komunikasi John Middleton (1978) dalam menjelaskan strategi komunikasi penyuluhan, sekaligus menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh proses perencanaan komunikasi, tetapi juga oleh kekuatan sumber daya internal organisasi dan kemampuan merespons perubahan lingkungan eksternal. Integrasi Teori Perencanaan Komunikasi dengan

analisis VRIO dan PESTEL menjadi kontribusi ilmiah utama penelitian ini karena menghasilkan kerangka analisis yang lebih komprehensif dalam memahami strategi komunikasi penyuluhan pada implementasi kebijakan publik. Dari sisi praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi bagi pemerintah daerah untuk memperkuat kapasitas penyuluh, meningkatkan kolaborasi dengan Pendamping PPH, mengoptimalkan pemanfaatan media digital, serta membangun sistem komunikasi yang lebih partisipatif dan berkelanjutan guna mempercepat pencapaian target sertifikasi halal bagi pelaku IKM pangan.

Meskipun memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi komunikasi penyuluhan, penelitian ini masih terbatas pada konteks Kabupaten Balangan sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada wilayah dengan karakteristik sosial, kelembagaan, dan kebijakan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model strategi komunikasi yang dihasilkan melalui pendekatan kuantitatif atau mixed methods, memperluas lokasi penelitian pada berbagai daerah atau sektor industri, serta mengintegrasikan variabel lain seperti literasi digital, adopsi inovasi, efektivitas media komunikasi, dan kolaborasi antarorganisasi. Pengembangan tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi pembangunan dan menghasilkan model strategi komunikasi penyuluhan yang lebih adaptif, aplikatif, dan relevan dalam mendukung implementasi program sertifikasi halal maupun kebijakan publik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. (2018). *Metodologi penelitian komunikasi*. Bumi Aksara.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, R., & Sa'adah, N. (2024). Efektivitas komunikasi penyuluhan dalam meningkatkan partisipasi pelaku UMKM. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 22(2), 122–138.
- Erma, A., & Abidin, M. (2024). Strategi komunikasi dalam implementasi sertifikasi halal UMKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 55–69.
- Fauzi, A. (2020). Komunikasi pemerintah dalam implementasi kebijakan sertifikasi halal. *Jurnal Administrasi Negara*, 26(2), 135–149.
- Kung, F. (2023). Regulatory communication and public policy implementation. *Public Policy Review*, 18(3), 201–218.
- Lintang, N. R. (2022). Komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran sertifikasi halal UMKM. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 101–116.

- Mailani, D. (2022). Komunikasi penyuluhan pada program sertifikasi halal UMKM. *Jurnal Penyuluhan*, 18(1), 65–79.
- Middleton, J. (1978). *Communication planning: An approach to organized communication*. UNESCO.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Morita, K., Yamamoto, H., & Suzuki, T. (2023). Public communication strategy in regulatory implementation. *International Journal of Public Administration*, 46(8), 587–601.
- Muthoharoh, S. (2024). Komunikasi persuasif dalam meningkatkan kesadaran sertifikasi halal pelaku UMKM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 34–49.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179–191. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>
- Putri, N. (2024). Sertifikasi halal sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM pangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 27(2), 113–126.
- Setia Aji, M. (2023). Strategi komunikasi Program Sertifikasi Halal pada PLUT UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Penyuluhan*, 19(1), 58–72.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung. Alfabeta.
- Sunariyah, S., & Mawardi, M. (2024). Komunikasi persuasif dalam pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 22(2), 95–110.
- Wahyuni, N. (2021). Komunikasi dialogis dalam pendampingan sertifikasi halal UMKM. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 88–102.
- Zaini, M. (2025). Peran sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk pangan. *Jurnal Halal Indonesia*, 5(1), 1–15.