

# SOSIALISASI PADA ORANG TUA TENTANG PENTINGNYA PRODUK HALAL MELALUI PENDEKATAN KOMUNIKASI INTERAKTIF DI DESA KOLAM, KEC. PERCUT SEI TUAN, KAB. DELI SERDANG

Erni Suyani<sup>1</sup>, Azmiati Zulia<sup>2</sup>, Cut  
Alma Nurafiah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Agama Islam,  
Universitas Dharmawangsa

<sup>2</sup>Ilmu Hukum, Universitas  
Dharmawangsa

<sup>3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas  
Dharmawangsa

**\*Corresponding author**

Erni Suyani

Email :

bundazahrazahra@yahoo.com

## Abstraks

Desa Kolam dapat dikategorikan termasuk Desa yang masih tertinggal dari aspek pendidikan, kekurangan informasi dari ajaran-ajaran Islam menyebabkan mereka minim pengetahuan khususnya tentang makan halal yang mereka konsumsi disisi lain mendeteksi apakah makanan tersebut sudah berkategori halal, mulai dari cara mendapatkannya, cara mengelolanya dan materinya adalah hal yang sangat urgen juga untuk disosialisasikan, bagi sebagahagian masyarakat di Desa Kolam bahwa makanan dikategorikan halal hanya jika materi nya halal, sarat lain tidak menjadi persoalan. Oleh karena itu sangatlah menjadi hal yang penting untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam memberikan kontribusi dalam bentuk edukasi dan sosialisasi tentang produk makanan hala dan regulasi yang berkaitan dengan itu khususnya tentang kewajiban memperhatikan labelisasi halal pada setiap kemasan produk makanan. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah bagaimana mengenalkan dan mendidik anggota keluarga terhadap pentingnya memilih produk makanan halal, karena dalam sistem pendidikan Islam, Keluarga merupakan lingkungan pendidikan pertama dan utama bagi generasi muslim, karena disanalah anak mulai mengenal segala sesuatunya hingga mereka menjadi tahu dan mengerti. Konsep Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan pemberian quisioner. Maka hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang edukasi produk makanan halal bagi orang tua melalui pendekatan komunikasi interaktif adalah bahwa sangatlah penting bagi orang tua untuk memberikan arahan, nasehat atau bimbingan kepada anak-anak tentang makanan yang halal khususnya bagi umat muslim melalui komunikasi intraktif dengan menggunakan tiga pendekatan, yang pertama memberikan informasi produk halal, yang kedua dengan cara persuasif yaitu keterampilan mengolah pesan yang menarik baik verbal atau non verbal sehingga anak senang berkomunikasi dengan orang tua, dan yang ketiga adalah dengan koarsif atau tindakan yang tegas

Keywords: *Sosialisasi, Produk Halal, Komunikasi Interaktif*

## Abstract

Desa Kolam can be categorized as villages that are still lagging behind in terms of education, lack of information from Islamic teachings, causing them to lack knowledge especially about halal food they consume on the other hand to detect whether the food has been categorized as halal, starting from how to obtain it, how to manage it and its material. It is also very urgent to be socialized, for some people in the village of Pond that food is categorized as halal only if the material is halal, full of other matters is not a problem. Therefore, it is very important to carry out community service activities in contributing in the form of education and socialization about halal food products and related regulations, especially regarding the obligation to pay attention to halal labeling on each food product packaging. The purpose of this activity is how to introduce and educate family members on the importance of choosing halal food products, because in the Islamic education system, the family is the first and foremost educational environment for the Muslim generation, because that is where children begin to know everything until they become aware and understand. The concept of Halal means to be allowed or permitted in Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). This activity is carried out by the method of lecture, discussion and the giving of questionnaires. So the results obtained from community service activities regarding education of halal food products for parents through an interactive communication approach is that it is very important for parents to provide direction, advice or guidance to children about halal food, especially for Muslims through intractive communication by using three approaches, the first provides halal product information, the second in a persuasive way is the skill to process messages that are both verbal and non verbal verbal so that children love to communicate with parents, and the third is by coarse or decisive action

Keywords: *Socialization, Halal Products, Interactive Communication*

## PENDAHULUAN

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, komunikasi adalah "hubungan" atau "perhubungan". (W.J.S. Poerwadarminta : 1982) Secara terminologi "komunikasi" mempunyai berbagai arti yang bervariasi tergantung dari sudut mana istilah itu akan dijabarkan

Sven Wahlroos, mengatakan komunikasi sebagai "semua perilaku membawa pesan yang diterima oleh orang lain. (Deddy Mulyana : 2000) Perilaku itu bisa verbal atau non verbal." Jadi menurutnya jika pesan yang diterima oleh orang lain, baik disengaja ataupun tidak maka sebenarnya juga telah terjadi komunikasi, tanpa adanya pesan yang diterima maka komunikasi tidak akan terjadi. (Sven Wahlroos : 1999)

Sedangkan Komunikasi interaktif adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan antara komunikator dengan komunikannya secara langsung dengan melibatkan suatu aksi dan tanggapan secara langsung baik melalui saluran media maupun secara tatap muka. Interaktif sendiri memiliki pengertian sebagai suatu jenis tindakan atau aksi yang terjadi ketika dua atau lebih memberikan efek atau memengaruhi satu sama lainnya. Jenis komunikasi dua arah yang digunakan bersifat lebih interaktif (tidak pasif). Berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi interaktif dapat terjadi dari komunikator yang berjumlah lebih dari satu kepada komunikan yang jumlahnya banyak. Salah satu contohnya yaitu seperti membuka chat room di jejaring sosial yang melibatkan lebih dari satu orang di mana semuanya memungkinkan menjadi komunikatornya

Dari definisi yang telah diuraikan di atas, maka komunikasi antara orang tua dengan anak yang dimaksud yaitu suatu interaksi yang dilakukan oleh orang tua dengan anak dalam keluarga untuk memberikan kehangatan, kenyamanan, perhatian, kasih sayang, bimbingan, memberikan contoh perilaku yang baik kepada anak dengan menanamkan nilai-nilai budi pekerti yang baik.

Komunikasi interaktif yang dibangun oleh orang tua kepada anak atau dalam anggota keluarga bisa menggunakan media-media pendukung guna menunjukkan hal-hal yang aktual terkait khususnya persoalan produk halal.

Cara penyampaian komunikasi secara interaktif, para orang tua dapat memberikan contoh secara visual tentang produk yang halal di tengah-tengah keluarga masing-masing karena dalam kegiatan komunikasi, posisi orang tua adalah sumber informasi dan rujukan bagi anak-anaknya.

Sebagaimana diketahui bahwa Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Baik itu produk berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Seiring besarnya kuantitas konsumen muslim di Indonesia yang jumlahnya mencapai 204,8 juta jiwa penduduk Indonesia, dengan sendirinya pasar Indonesia menjadi pasar konsumen muslim yang sangat besar. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian dari negara.

Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang vital bagi seorang muslim. Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam (Alquran Surat Albaqarah 168-169). Oleh sebab itu, muslim akan mencari produk untuk dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama yang telah diterima. Hal ini ditandai dengan banyaknya permintaan produk halal yang sudah memiliki sertifikat Halal di dunia (Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N : 2012).

Secara faktual, perlindungan terhadap konsumen telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dengan penjelasan sebagaimana pasal 4 yang antara lain menyebutkan, bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Dewasa ini Penggunaan komunikasi interaktif tidak hanya bisa dilakukan secara langsung, akan tetapi dengan kecanggihan teknologi pesan dapat mudah tersampaikan, lebih efektif dan lebih bermakna misalnya bisa menggunakan visualisasi gambar atau pesan suara dan juga video yang ada pada layanan di handphone android dewasa ini.

Permasalahannya adalah banyak orang tua yang merasa kesulitan dalam memahami perilaku anak-anaknya yang sering kali terlihat tidak logis dan tidak sesuai dengan akal sehat dalam merubah pola hidup sehat yang halal, maka untuk itu orang tua dituntut untuk memiliki pengetahuan tentang pola hidup sehat, terutama permasalahan halal. Dimana tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang sosialisasi produk halal kepada para orang tua melalui pendekatan komunikasi interaktif adalah terciptanya suatu kondisi iklim pengamalan dari ajaran islam akan kewajiban mengonsumsi produk halal, disamping itu meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat dalam memilih produk yang berlabel halal, dan juga kesadaran bagi masyarakat yang berprofesi sebagai produsen untuk mendaftarkan produk mereka guna mendapatkan sertifikasi halal.

#### **METODE**

Adapun secara sistematis kerangka pemecahan masalah yang akan dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Terdapat beberapa strategi yang digunakan untuk dapat mengembangkan kegiatan yang akan dijalankan adalah *integrated strategy* strategi yang terintegrasi), yakni :

- a. Community Development (CD), yakni pengembangan pengetahuan masyarakat berbasis potensi yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat. Dengan demikian diharapkan para orang tua di dalam masyarakat kota Padang lebih memahami tentang pentingnya mengonsumsi makanan halal.
- b. Sosialisasi. Masih rendahnya pemahaman para orang tua terhadap prinsip-prinsip standar halal dan ketentuan perundangan terkait masalah halal. Sistem dan mata rantai produksi berstandar halal yang belum dipahami oleh para orang tua. Sosialisasi Undang-Undang No.33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal akan dilakukan oleh Tim Pengusul dengan target para orang tua dan juga anggota masyarakat lainnya.

Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi serta membagikan *pre test* dan *postes*, pemberian informasi juga dengan menggunakan infografis melalui layar slide proyektor. Selain pengetahuan mitra juga dapat berpartisipasi dengan turut berperan mendaftarkan produk makanan guna mendapatkan sertifikat halal. Dalam kegiatan ini luaran pokok adalah terpublikasi di jurnal ber ISSN dan luaran tambahan publikasi dikoran dan di plog universitas dharmawangsa

## HASIL DAN PEMBAHASAN

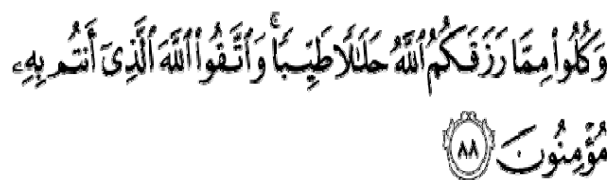
### A. Urgensi Regulasi Edukasi Produk Halal Bagi Keluarga

Yusuf Qardhawi mendefinisikan istilah halal sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan, syariat membenarkan dan orang yang melakukannya tidak dikenai sanksi dari Allah Swt. Haram berarti segala sesuatu atau perkara-perkara yang dilarang oleh syara' (hukum Islam), jika perkara tersebut dilakukan akan menimbulkan dosa dan jika ditinggalkan akan berpahala. Segala aktivitas tentunya dilandasi oleh pencarian yang halal ini, tidak hanya makanan tapi juga termasuk pekerjaan dan kehidupan sosial lainnya. Namun demikian, masalah halal-haram dalam pemilihan makanan akan berdampak pada pertumbuhan jasmani dan rohani seseorang dan keluarganya.

Sesuai dengan hadits Rasulullah saw yang menyatakan bahwa, "tidak akan masuk surga orang yang dagingnya tumbuh dari (makanan) yang haram, neraka lebih pantas baginya." (HR. Ahmad). Ada tiga kriteria dasar dalam menentukan suatu makanan yang diperbolehkan atau dilarang untuk dikonsumsi, yaitu halal, haram, dan syubhat. "Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram pun jelas. Dan di antara keduanya ada hal-hal yang samar atau tidak jelas". (HR. Bukhari).

Dalam AlQur'an, Al-Baqarah ayat 173 dan Al Maidah ayat 3 bahwa Allah hanya mengharamkan bangkai, darah, daging babi, dan binatang (daging hewan) yang ketika disembelih disebut (nama) selain Allah. Selain itu Islam juga melarang meminum minuman keras yang biasa disebut khamar (orang Awam menyebutnya minuman beralkohol), yang juga tertera dalam Al-Qur'an Surat Al-Ma'idah ayat90.

Dalam Islam, mengkonsumsi produk halal dan baik menjadi sebuah hal yang mutlak dan tidak bisa ditawar-tawar lagi sebagaimana Allah wahyukan dalam Al-Quran Surat Al-Maidah ayat 88:



"dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya".

Agama Islam memberikan hukum yang sangat ketat dalam makanan, namun sejauhmana orang akan mengikuti hukum tersebut tentu saja akan sangat bervariasi. Kadar ke Islaman seseorang akan mencerminkan identitas dirinya sebagai seorang Muslim. Oleh karena itu, sebagai seorang Muslim akan mempunyai sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilakunya dalam mempengaruhi niat (intention) seseorang untuk berperilaku dalam mengkonsumsi makanan halalnya.

Namun demikian, seberapa jauh seseorang akan menampilkan perilakunya, juga tergantung pada beberapa faktor-faktor lain, seperti ketersediaan, kesempatan, pengetahuan (misalnya sertifikasi halal), dan sumber yang dimiliki (uang, misalnya).

Temuan pertama hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan menunjukkan bahwa semua responden yang menjadi obyek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini setuju bahwa mengkonsumsi makanan

halal adalah penting, dimana 94% peserta pengabdian menegaskan bahwa memakan produk halal adalah sangat penting sekali.

Sebagai hasil Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Bahwa sangatlah penting bagi orang tua untuk memberikan arahan, nasehat atau bimbingan kepada anak-anak tentang makanan yang halal khususnya bagi umat muslim melalui komunikasi intraktif dengan menggunakan tiga pendekatan :

***Pertama, memberikan informasi produk halal dengan menerangkan kriteria makanan halal.***

Dalam ajaran Islam, makanan merupakan tolok ukur dari segala cerminan penilaian awal yang bisa mempengaruhi berbagai bentuk perilaku seseorang. Makanan bagi umat Islam tidak sekedar pemenuhan kebutuhan secara lahiriah an sich, akan tetapi juga bagian dari kebutuhan spritual yang mutlak dilindungi.

Untuk itu ajaran agama Islam memerintahkan umatnya agar memakan dan menggunakan bahan-bahan yang halal thayyib. Dengan demikian halal-haram bukanlah persoalan sederhana yang dapat diabaikan, melainkan masalah yang penting dan mendapat perhatian besar dalam ajaran Islam.

Mengonsumsi makanan yang halal dan thayyib merupakan aktualisasi kualitas pemahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran agama yang notabene merupakan salah satu butir arah kebijakan pembangunan bidang agama.

Masyarakat di Desa Kolam terutama para orang tua memberikan informasi pada anak dan keluarganya bahwa makanan yang halal tidak mengandung unsur babi, kemudian tidak boleh rusak atau kadaluarsa. faktor makanan yang tidak mengandung racun juga dikategorikan ke dalam makanan halal.

Cara lain para orang tua dalam memberikan informasi kehalalan suatu produk adalah dengan melihat dari mana produk itu di dapat, apa manfaatnya dan khusus untuk daging dan ayam potong adalah dengan melihat siapa yang memotong hewan itu muslim kah dia atau bukan.

Selanjutnya, ternyata masyarakat muslim Desa Kolam ada yang berpendapat bahwa cara mendapatkan makanan tidak termasuk ke dalam kriteria makanan halal, beberapa responden menyatakan ketidak setujuannya bahwa makanan yang tidak ilegal tidak termasuk ke dalam penentuan kriteria makanan halal. Meskipun demikian, cukup banyak responden yang berpendapat sebaliknya.

Hal ini cukup mengindikasikan bahwa kehalalan suatu produk makanan tidak hanya ditentukan oleh kehalalan zat nya, tapi juga faktor manfaatnya bagi kesehatan, serta kehalalan dalam proses perolehannya.

***Kedua, dengan cara persuasif yaitu keterampilan mengolah pesan yang menarik baik verbal atau non verbal sehingga anak senang berkomunikasi dengan orang.***

Memang bukan hal yang mudah untuk melaksanakan komunikasi. Ada beberapa hambatan yang dapat mengganggu jalannya komunikasi tersebut. Menurut David R. Hampton yang dikutip oleh Moekijat. menggolongkan rintangan komunikasi menjadi:

- a. Rintangan pada sumber, dapat disebabkan pengirim menyampaikan pesannya dengan tidak jelas sehingga penerima ragu-ragu menafsirkan.

- b. Rintangan dalam penyampaian, dapat disebabkan karena pesan melalui perantara sehingga pesan yang disampaikan pengertiannya mungkin akan berubah.
- c. Rintangan pada penerima, dapat disebabkan karena kurangnya perhatian, penilaian sebelum waktunya, lebih banyak memberikan tanggapan sifat-sifat atau perilaku yang tidak penting terhadap pokok pesannya.
- d. Rintangan dalam umpan balik, adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima. (Nikmah Hadiati Salisah, Ilmu Komunikasi(Pasuruan: LunarMedia, 2012)

Ada hambatan dalam berkomunikasi pasti ada pula jalan keluar untuk mengatasi hambatan tersebut. Menurut Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita untuk mengatasihambatan-hambatan dalam komunikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: (JalaluddinRakhmat : 1993)

- a. Meningkatkan umpan balik, untuk mengetahui apakah pesan atau informasi telah diterima, dipahami dan dilaksanakan atau tidak.
- b. Empati, penyampaian pesan disesuaikan dengan keadaan penerima.
- c. Pengulangan, untuk menjamin bahwa pesan dapat diterima.
- d. Menggunakan bahasa yang sederhana agar setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan.
- e. Penentuan waktu yang efektif, pesan disampaikan pada saat penerima siap menerima pesan.
- f. Mendengarkan secara efektif sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik.
- g. Mengatur arus informasi, komunikasi harus diatur mutunya, jumlah dan cara penyampaiannya.

Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu faham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain. Hal ini ditegaskan yang mengatakan bahwa:Komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan.

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan.

Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri. Sehingga informasi tentang kehalalan suatu produk bisa dengan mudah kita sampaikan kepada anak dan keluarga.

***Ketiga adalah dengan koarsif atau tindakan yang tegas. Bentuk komunikasi intraktif ini dianggap relevan untuk bisa di terapkan para orang tua kepada anaknya.***

Metode koersif adalah mengandalkan kekuasaan seorang komunikator atau orang tua. Kekuasaan merupakan kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain agar dia suka atau tidak suka harus menerima semua pesan yang dikirimkan demi tercapainya maksud dan tujuan yang dikehendaki oleh komunikator. (Onong Uchjana Effendi : 1990)

Bentuk kekuasaan disini yaitu bentuk kekuasaan orangtua dalam mendominasi anak-anaknya untuk selalu mendengarkan apa yang diinginkan oleh orangtua. Lalu, orangtua memiliki kekuasaan untuk mencegah anak-anaknya untuk berbuat hal yang tidak sesuai atau diinginkan oleh orangtuanya. Orangtua juga memiliki kekuasaan dalam

memberdayakan anaknya, maksudnya ialah orangtua memiliki kekuasaan untuk memberikan ganjaran atau hukuman sehingga dapat mengubah atau mempengaruhi perilaku anaknya sesuai apa yang diinginkan oleh orangtua. metode yang ketiga ini dilakukan ketika orang tua tidak dapat lagi memberikan informasi dan mempengaruhi anaknya terhadap produk halal.

#### **B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal dan bagaimana bentuk perlindungan bagi konsumen atas produk yang cacat atau tidak halal.**

Sebagai negara yang mayoritas beragama Islam, maka perlu adanya perhatian terhadap produk makanan yang beredar bebas, yaitu bukan hanya memperhatikan dari sisi komposisi yang menyehatkan secara medis saja, namun juga perlu diperhatikan bahwa makanan yang dikonsumsi tersebut sehat dan halal.

Berdasarkan data yang dirilis Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) pada tanggal 28 Februari 2014 mengenai produk bersertifikat yang beredar di Indonesia, saat ini produk yang terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebanyak 175.157 produk, sedangkan baru sekitar 103.382 produk atau sekitar 59,01% yang telah bersertifikat halal MUI.

Oleh karena itu, Negara juga memberikan suatu perlindungan terhadap konsumen muslim, sebagaimana dicantumkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1, yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Dalam Undang-Undang tersebut bukan hanya diperuntukkan untuk melindungi konsumennya saja, tetapi juga sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan perlindungan konsumen. Dengan adanya pengaturan perlindungan terhadap keduanya, baik kepada pelaku usaha maupun konsumen harus berdampak baik terhadap keduanya karena pelaku usaha sebagai yang menghasilkan produk yang berkualitas untuk menjaga keamanan terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk pangan tersebut harus jujur dalam menghasilkan produk yang benar-benar tidak merugikan pihak konsumen.

Pada tanggal 17 Oktober 2014, Pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang diharapkan dapat menjadi dasar yang semakin menguatkan pelaksanaan sertifikasi halal. Sehingga dapat memberikan jaminan kepastian hukum kepada konsumen muslim mengenai makanan yang dikonsumsi sehari-hari. Undang-Undang tersebut, memuat aturan mengenai pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal untuk melakukan pengawasan terhadap makanan yang tidak bersertifikat halal, selain itu juga memuat mengenai kewajiban melakukan sertifikasi halal untuk setiap produsen yang akan memasarkan produknya di wilayah Indonesia.

Dengan adanya Undang-Undang tersebut, nantinya setiap produsen yang akan memasarkan produknya di wilayah Indonesia wajib melakukan sertifikasi halal dan mendapatkan sertifikat halal. Dengan demikian, apabila produsen telah memiliki sertifikat halal, ia wajib juga mencantumkan label halal pada kemasan produknya sebagai informasi kepada konsumen bahwa makanan kemasan tersebut halal dan aman untuk dikonsumsi. Meskipun telah ada berbagai peraturan yang dibuat oleh Pemerintah Indonesia, masih ditemukan adanya produk makanan kemasan yang belum bersertifikat halal, sehingga perlu adanya perhatian lebih dari lembaga-lembaga terkait demi

memberikan jaminan kepastian hukum kepada konsumen muslim agar pemenuhan kebutuhan makanan sehari-hari aman dan tidak menyimpang dari Syariat Islam.

Teori perlindungan hukum ini dikemukakan oleh Salmond yang selanjutnya dijelaskan oleh Fitzgerald. Teori ini mengatakan bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan hukum yang dapat bertabrakan satu sama lain, sehingga dengan hukum yang diintegrasikan sedemikian rupa dapat menekan terjadinya tabrakan kepentingan tersebut. (Satjipto : 2012) Dalam lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan-kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi kepentingan di lain pihak. Hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya sendiri. Pengalokasian kekuasaan ini dilakukan secara terukur, dalam arti ditentukan keluasannya dan kedalamannya, sehingga kekuasaan yang demikian yang disebut dengan hak.

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2, Perlindungan Konsumen dilakukan berdasarkan 5 (lima) Asas yang relevan dengan pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Selain asas-asas tersebut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 3 menguraikan mengenai tujuan dari Hukum Perlindungan Konsumen, yaitu: (Ahmadi Miru & Sutarman Yodo : 2015)

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;



6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, tercipta suatu hubungan yang saling berkaitan antara pemberi kebutuhan dengan penikmat kebutuhan. Hubungan tersebut antara lain adalah hubungan antara produsen dengan konsumen dalam kegiatan perdagangan atau kegiatan produksi dan konsumsi.

Produsen yang dalam istilah lain juga disebut sebagai pelaku usaha, memproduksi barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sedangkan konsumen merupakan pihak yang memakai atau menikmati barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen dengan memberikan sejumlah uang untuk mendapatkannya. Produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha atau produsen antara lain adalah berupa barang yang berbentuk fisik dan berupa jasa yang merupakan produk yang tidak terlihat secara fisik namun memungkinkan adanya hubungan atau kepentingan seorang konsumen dengan produsen.

Jaminan penyelenggaraan produk halal juga bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk. Tujuan adanya perlindungan terhadap produk halal tersebut menjadi sangat penting, dikarenakan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. (Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam* : 1995) Berkaitan dengan hal diatas, dalam kenyataannya banyak produk yang beredar dimasyarakat belum semua terjamin kehalalannya.

Perlindungan hukum terhadap makanan yang tidak bersertifikat halal ini mendapat pengawasan dari pemerintah dan lembaga-lembaga yang berwenang, seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan atau BPOM. Fungsi utama dari badan yang berkaitan dengan sertifikasi halal adalah, melakukan pengawasan terhadap produk yang dikeluarkan produsen apakah sudah mencantumkan label halal atau belum dalam kemasan produknya. BPOM akan mengeluarkan label halal terhadap sebuah produk berdasarkan sertifikat halal yang telah dimiliki oleh produsen atau pelaku usaha. Dengan adanya label halal yang dicantumkan di kemasan suatu produk, akan memudahkan seorang konsumen yang ingin membeli suatu produk melihat dan mengetahui bahwa komposisi yang terkandung dalam produk tersebut adalah halal, sehingga konsumen tidak perlu lagi merasa khawatir dan menduga-duga mengenai komposisi yang terkandung dalam produk tersebut apakah halal atau tidak. (Lukmanul Hakim : 2015)

Berkaitan dengan kasus Ajinomoto Indonesia, bentuk perlindungan terhadap konsumen ketika telah terbukti dan dinyatakan bahwa produk MSG Ajinomoto mengandung pankreas babi adalah dengan menginformasikan dan menghimbau kepada masyarakat mengenai komposisi yang terkandung dalam MSG Ajinomoto tersebut.

Dengan tujuan untuk melindungi masyarakat agar tidak mengkonsumsi produk yang telah dinyatakan haram. Meskipun MSG Ajinomoto bukan tergolong sebagai produk makanan, namun dalam penggunaannya MSG Ajinomoto tidak dikonsumsi secara langsung, melainkan dijadikan bahan tambahan atau bumbu masak. Sehingga, apabila konsumen mencampurkan MSG Ajinomoto ke dalam masakannya, maka makanan tersebut telah tercampur dengan bahan yang terdapat dalam MSG Ajinomoto.

Sertifikat halal adalah fatwa MUI secara tertulis menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Pemberian sertifikat halal pada pangan, obat-obatan dan kosmetika untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Sertifikat halal merupakan hak konsumen muslim yang harus mendapat perlindungan dari Negara.

Sertifikat halal adalah fatwa MUI secara tertulis menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Pemberian sertifikat halal pada pangan, obat-obatan dan kosmetika untuk melindungi konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

## **SIMPULAN**

1. Bahwa sangatlah penting bagi orang tua untuk memberikan arahan, nasehat atau bimbingan kepada anak-anak tentang makanan yang halal khususnya bagi umat muslim melalui komunikasi intraktif dengan menggunakan tiga pendekatan, yang pertama memberikan informasi produk halal, yang kedua dengan cara persuasif yaitu keterampilan mengolah pesan yang menarik baik verbal atau non verbal sehingga anak senang berkomunikasi dengan orang tua, dan yang ketiga adalah dengan koarsif atau tindakan yang tegas. Bentuk komunikasi intraktif ini dianggap relevan untuk bisa di terapkan para orang tua kepada anaknya, dan pentingnya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal dan bagaimana bentuk perlindungan bagi konsumen atas produk yang cacat atau tidak halal.
2. Kondisi di Desa Kolam Kecamatan Percut Sei Tuan memiliki banyak industri rumahan namun belum semua produknya mendapatkan izin sertifikasi halal karena kurangnya pemahaman tentang prosedur dan hukumnya. Proses diskusi menunjukkan adanya pemahaman masyarakat tentang produk halal dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia memberikan peraturan yang tegas terhadap pelaku usaha jika pelaku usaha melanggar ketentuan-ketentuan terkait jaminan produk halal maka akan dikenakan sanksi baik sanksi pidana ataupun denda administrative.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A.W.Wijaya. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: Rineka Cipta
- Abdul Azis Dahlan, Ensiklopedi Hukum Islam, Cet. ke-1, Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996
- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012)
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2015
- al Lukmanul Hakim, Dissecting the contents of law of Indonesia on Halal Product Assurance, *Indonesia Law Review* (January-April 2015), hal.89.
- Deddy Mulyana. 2000. Human Communication. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1988
- Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, "Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model", IEEI Symposium on Business Engineering and Industrial Application, Langkawi, Malaysia , ( Maret 2011
- JalaluddinRakhmat, PsikologiKomunikasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.
- Maurice Balson, Bagaimana Menjadi Orang Tua Yang Baik, Jakarta: Bumi Askara, 1996
- Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal", *Ahkam: Kementerian Agama Republik Indonesia* Vol. Xvi, No. 2, (Juli 2016)
- Nikmah Hadiati Salisah, Ilmu Komunikasi, Pasuruan: LunarMedia, 2012

Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1990

Pius A. Partanto, dkk., *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994

Sven Wahlroos, *Komunikasi Keluarga*, Jakarta: Gunung Mulia, 1999

Tiench Tirta Winata, *Makanan Dalam Perspektif Al Qur'an Dan Ilmu Gizi*, Jakarta: Balai Penerbit FKUI, 2006

W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982