

STRATEGI PENYULUHAN AGAMA ISLAM KUA KECAMATAN KAMBU DALAM SOSIALISASI LOGO HALAL PADA ANAK DI MTs AL-FATH KAMBU

Filsa Ningsih¹, Hasan Basri²

Institut Agama Islam Negeri Kendari

filsaningsih18@gmail.com¹, hasanbasri@iainkendari.ac.id²

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan strategi penyuluh agama Islam dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu, pemahaman anak akan logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu dan dampak positif dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan cara reduksi data kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi penyuluh agama Islam dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi komunikasi secara interaktif, komunikasi secara visual dan kolaborasi dengan mata pelajaran di sekolah. 2) Pemahaman anak akan logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi anak lebih memahami maksud dari logo halal dalam kemasan makanan, anak lebih peduli terhadap kebersihan dan keamanan makanan dan anak menyadari pilihan makanan akan berpengaruh pada spiritualitas anak itu sendiri. 3) Dampak positif dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi meningkatkan kesadaran dalam memilih makanan yang halal dan baik serta meningkatkan pengetahuan tentang prinsip makanan yang sesuai ajaran Islam.

Kata Kunci: Strategi Penyuluh Agama Islam, Sosialisasi Logo Halal Pada Anak.

***Abstract:** This research aims to describe the strategies used by Islamic religious counselors in promoting the halal logo to children at MTs Al-Fath Kambu, the understanding of the halal logo among these children, and the positive impacts of promoting this logo. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis involved reducing the data and then drawing conclusions. The research findings indicate that: 1) The strategy used by the Islamic religious counselor to disseminate the halal logo to the students at MTs Al-Fath Kambu includes interactive communication, visual communication, and collaboration with other subjects in the school. 2) The students' understanding of the halal logo involves grasping its meaning on food packaging, cultivating a greater concern for the cleanliness and safety of food, and realizing that food choices can impact their spirituality. 3) The positive impact of promoting the halal logo encompasses increased awareness in selecting halal and wholesome foods, as well as enhanced knowledge of the principles of food in accordance with Islamic teachings.*

***Keywords:** Islamic Religious Counselor Strategies, Halal Logo Promotion to Children.*

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal memainkan peran penting dalam memberikan informasi yang jelas dan terpercaya mengenai status kehalalan produk makanan dan minuman dalam perdagangan nasional dan internasional. Peningkatan populasi Muslim secara global, baik di negara mayoritas Muslim maupun di negara dengan minoritas Muslim yang signifikan, turut mendorong permintaan terhadap produk halal (Susanti, 2021). Di sisi lain, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk dan berkembangnya perdagangan internasional turut memperluas pasar produk halal di tingkat global (Kompas.com, n.d.). Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menunjukkan perhatian tinggi terhadap kehalalan produk melalui penerapan sistem sertifikasi halal yang ketat dan wajib. Pemerintah Indonesia memastikan masyarakat Muslim dapat dengan mudah mengidentifikasi produk halal melalui logo halal resmi yang menandakan bahwa produk tersebut telah memenuhi persyaratan sesuai ajaran Islam (Samsuri, 2020). Dalam hal ini, pemerintah juga memiliki tanggung jawab untuk melindungi konsumen Muslim dan memfasilitasi akses terhadap produk halal yang berkualitas dengan melibatkan peran penyuluh agama Islam sebagai agen sosialisasi (Triasih, et al, 2017).

Peran penyuluh agama Islam sangat vital dalam mensosialisasikan produk halal karena strategi komunikasi yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal, mendorong perubahan perilaku konsumen untuk memilih produk halal, serta memperluas pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal (Yulia, 2015). Melalui pendekatan yang matang, penyuluh agama Islam dapat mempengaruhi masyarakat secara positif dalam memahami dan menerapkan prinsip kehalalan dalam kehidupan sehari-hari.

Ketertarikan terhadap topik sosialisasi produk atau logo halal terbukti dari sejumlah penelitian sebelumnya. Penelitian (Ismaya et al, 2023) menyoroti penyuluhan label halal kepada masyarakat dan UMKM di Kelurahan Argasari, Tasikmalaya. Sementara (Hidayati, A. N., & Kalimah, 2020) meneliti perilaku ibu rumah tangga Muslim dalam mengonsumsi produk halal di Desa Bandung, Tulungagung. (Oktavianita, 2021) membahas peran pembelajaran pendidikan agama Islam dalam meningkatkan kesadaran anak terhadap konsumsi makanan dan minuman halal. Hal ini menunjukkan bahwa riset tentang sosialisasi produk halal kepada berbagai kalangan masyarakat, termasuk anak-anak, sangat relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan berbagai studi tersebut, penelitian ini difokuskan pada strategi penyuluh agama Islam dalam menyampaikan pemahaman tentang pentingnya logo halal kepada anak sekolah dasar. Penelitian ini mengacu pada teori komunikasi persuasif Littlejohn dan Jabusch, yang dalam pendekatan (Devito, 2014) menekankan bahwa sosialisasi dapat dilakukan dengan memengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku individu. Anak sekolah dasar dipilih sebagai fokus karena masa kanak-kanak merupakan tahap penting dalam membentuk kesadaran agama dan moral sejak dini. (Subekhi, A. I., & Oktavia, 2021) menegaskan bahwa dengan memahami konsep halal sejak dini, anak-anak akan mampu memilih makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip Islam serta memperkuat identitas keagamaannya. Hal ini sejalan dengan hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa penyuluh agama Islam di KUA Kecamatan Kambu, khususnya yang berspesialisasi pada produk halal, telah melakukan sosialisasi kepada siswa sekolah di delapan kecamatan di Kota Kendari. Setiap kecamatan memiliki satu penyuluh yang melakukan kegiatan sosialisasi sebulan sekali (Observasi, 19 Juni 2023). Kegiatan ini menjadi penting karena berdasarkan temuan awal di lapangan peneliti melihat beberapa permasalahan yang meliputi: 1) Masih banyak siswa yang belum memahami pentingnya memilih produk halal, baik dari sisi keagamaan maupun kesehatan. 2) Minimnya pemahaman ini menyebabkan mereka kurang kritis dalam memilih makanan, khususnya yang dijual di kantin sekolah maupun di luar lingkungan sekolah. 3) Beberapa siswa bahkan tidak dapat membedakan antara produk yang sudah bersertifikat halal dengan yang belum, yang berisiko mengonsumsi produk yang meragukan kehalalannya.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengukur efektivitas sosialisasi produk halal yang telah dijalankan oleh penyuluh agama, serta untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa terhadap konsep halal setelah mengikuti kegiatan tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi dan pengembangan program sosialisasi halal agar lebih tepat sasaran dan berdampak positif terhadap perubahan perilaku konsumsi siswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Sehingga penelitian ini dapat mendeskripsikan tentang strategi penyuluh agama Islam dalam mensosialisasikan logo halal pada anak sekolah menengah pertama (SMP/MTs). Dengan dipilihnya pendekatan kualitatif ini maka permasalahan yang diangkat akan lebih cocok dan relevan dalam mengungkapkan jawaban-jawabannya (Moleong, 2014). Sumber data primer yang diperoleh langsung dari informan penelitian yaitu guru, siswa, dan orang tua. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang

sedang dihadapi dan data ini dapat ditemukan dengan cepat (Arikunto, 2019). Adapun data sekunder penelitian ini berasal dari data siswa di sekolah dan dokumen program penyuluhan agama Islam KUA Kecamatan Kambu.

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan field research (metode penelitian lapangan), yaitu mengamati langsung segala yang ada pada obyek penelitian di lapangan dengan melakukan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data apabila data telah berhasil dikumpulkan dan diorganisir sehingga dapat ditarik kesimpulannya (Morissan, 2019). Selanjutnya untuk memeriksa keabsahan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk membandingkan, mengecek kembali tingkat kebenaran suatu informasi yang disampaikan informan yang satu dengan informan yang lainnya, triangulasi metode, dimaksudkan untuk membandingkan hasil data observasi dengan data hasil wawancara. Serta triangulasi waktu untuk menjaga konsistensi tas data dari informan (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penyuluh Agama Islam Dalam Sosialisasi Logo Halal Pada Anak di MTs Al-Fath Kambu

Strategi penyuluh agama Islam Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Kambu dalam mensosialisasikan logo halal di MTs Al-Fath Kambu melibatkan berbagai strategi untuk memastikan pesan tentang logo halal disampaikan secara efektif kepada anak. Hal ini meliputi atas:

1. Komunikasi Secara Interaktif

Strategi komunikasi interaktif yang digunakan oleh Penyuluh Agama Islam dari KUA Kecamatan Kambu dalam menyosialisasikan logo halal kepada siswa tingkat SMP/MTs terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal. Pendekatan interaktif yang diterapkan mencakup metode ceramah, diskusi, tanya jawab, serta penyajian materi melalui media visual seperti slide PowerPoint dan video, yang disertai dengan contoh-contoh kasus nyata produk tidak halal di masyarakat. Materi penyuluhan disusun secara sistematis, dimulai dari pengenalan logo halal, pemahaman konsep halal dan haram dalam Islam, pentingnya konsumsi produk halal, hingga proses sertifikasi halal. Penyuluh juga membekali siswa dengan pengetahuan tentang cara membedakan label halal asli dan palsu. Pendekatan ini menumbuhkan antusiasme dan keterlibatan siswa dalam pembelajaran serta mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih makanan dan minuman.

Secara teoretis, strategi ini selaras dengan teori komunikasi persuasif (Littlejohn & Jabusch, 2014) yang menekankan pentingnya membangun kesadaran dan perubahan sikap melalui pendekatan yang logis dan tanpa paksaan. Pendekatan ini juga sesuai dengan temuan (Indra, A. 2022) tentang pembangunan harmoni melalui penyuluhan agama dan (Aniah, 2022) tentang pembelajaran aktif berbasis transdisiplin.

Dengan demikian, strategi penyuluhan agama Islam yang interaktif, berbasis kasus nyata, dan menggunakan media visual dinilai mampu membentuk pemahaman holistik dan membangun perilaku konsumtif yang sadar halal di kalangan siswa MTs, serta berkontribusi dalam membentuk lingkungan sekolah yang lebih islami dan harmonis

2. Strategi komunikasi visual

Strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Penyuluh Agama Islam dari KUA Kecamatan Kambu melalui media stiker dalam penyuluhan produk halal di MTs Al Fath Kambu terbukti efektif dalam meningkatkan perhatian dan pemahaman siswa mengenai pentingnya mengenali logo halal pada produk makanan dan minuman. Stiker yang memiliki desain warna mencolok dan logo halal yang jelas menjadi alat komunikasi visual yang memicu interaksi aktif antara penyuluh dan siswa. Menurut (Nurulita, 2021) media komunikasi berupa

alat visual seperti stiker sangat berperan dalam menyampaikan pesan secara efektif karena dapat menarik perhatian dan memudahkan pemahaman audiens. Selain itu, teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch bahwa komunikasi bertujuan untuk membujuk dan memengaruhi audiens dengan pendekatan yang logis dan menarik tanpa paksaan (Devito, 2014). Dalam konteks ini, stiker berfungsi sebagai alat persuasif yang mendorong siswa untuk memahami dan mengaplikasikan konsep halal dalam kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut, konsep komunikasi visual menegaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui elemen visual lebih mudah diterima dan diingat oleh audiens (Devito, 2014). Dengan demikian, penggunaan stiker tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan interaktif, sesuai dengan prinsip komunikasi persuasif dalam dakwah (Masruroh, 2020). Dengan demikian, media stiker sebagai alat komunikasi visual dalam penyuluhan produk halal merupakan metode yang efektif dan inovatif untuk membangun kesadaran serta sikap positif di kalangan siswa MTs mengenai pentingnya konsumsi produk halal.

3. Kolaborasi dengan Mata Pelajaran di Sekolah

Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Kambu berkolaborasi dengan guru mata pelajaran Fikih untuk mengintegrasikan konsep produk halal ke dalam materi pembelajaran di MTs Al-Fath Kambu. Materi pembelajaran mencakup bab makanan dan minuman halal serta haram, dengan indikator yang memuat pengertian, hukum, jenis, serta kebiasaan memilih makanan dan minuman halal dan haram. Kolaborasi ini memperdalam pengetahuan siswa mengenai pentingnya memilih makanan halal dan baik (halalan toyyibah). Pendekatan tersebut sesuai dengan konsep pendidikan transdisipliner yang menekankan integrasi antar disiplin ilmu untuk menghasilkan pemahaman yang holistik dan aplikatif (Dyatmika, 2021).

Selain itu, penggunaan metode kolaboratif ini juga mengadopsi prinsip komunikasi persuasif yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku audiens melalui pesan yang logis dan menarik tanpa paksaan, hal ini sesuai konsep yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch (Devito, 2014). Melalui integrasi dan kolaborasi tersebut, pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan efektif dalam membangun kesadaran siswa terhadap pemilihan produk halal yang sesuai ajaran agama dan berdampak positif bagi Kesehatan.

Pemahaman Anak akan Logo Halal Pada Anak di MTs Al-Fath Kambu

Pemahaman anak akan logo halal pada makanan di MTs Al-Fath Kambu merupakan realisasi dari kegiatan sosialisasi oleh Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Kambu terhadap anak-anak di MTs Al-Fath Kambu. Pemahaman anak tersebut meliputi:

1. Memahami maksud dari logo halal dalam kemasan makanan

Anak-anak MTs Al-Fath Kambu memahami bahwa logo halal pada kemasan makanan merupakan tanda keamanan dan kesesuaian produk dengan ajaran Islam. Pemahaman ini penting sebagai bagian dari kesadaran konsumen Muslim dalam memilih makanan yang sesuai syariat. (Adde 2022) menyatakan bahwa penyuluhan agama efektif dalam membangun harmoni dan kesadaran positif terhadap konsumsi produk halal. Selain itu, (Ramadhan, 2023) menekankan bahwa pemahaman tentang makanan halal dan baik (halalan toyyibah) membantu menjaga ketaatan agama sekaligus kesehatan dan etika dalam memilih makanan. Pendekatan penyuluhan yang interaktif dan komunikatif dapat dijelaskan dengan teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch (Devito, 2014) di mana perubahan sikap dan perilaku terjadi melalui pembujukan logis tanpa paksaan. Metode ini memungkinkan peserta didik aktif dalam proses pembelajaran sehingga pemahaman tentang logo halal dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, integrasi nilai-nilai agama dalam praktik sehari-hari sesuai dengan konsep pendidikan transdisipliner yang diuraikan oleh (Dyatmika, 2021). Pendidikan transdisipliner menekankan kolaborasi lintas disiplin dan penguatan nilai-nilai keagamaan dalam konteks

pembelajaran praktis, sehingga anak-anak tidak hanya memahami konsep halalan toyyibah tetapi juga mengembangkan kesadaran kritis terhadap informasi terkait produk halal, termasuk verifikasi logo halal dari lembaga resmi.

Dengan demikian, penerapan teori komunikasi persuasif dan pendidikan transdisipliner menjadi landasan penting dalam keberhasilan penyuluhan produk halal di MTs Al-Fath Kambu, yang meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa terhadap pentingnya memilih makanan halal dan baik secara berkelanjutan.

2. Peduli terhadap kebersihan dan keamanan makanan

Anak-anak MTs Al-Fath Kambu menunjukkan kesadaran tinggi terhadap pentingnya kebersihan dan keamanan makanan yang mereka konsumsi, terutama di lingkungan sekolah. Mereka cermat dalam memilih makanan dengan memperhatikan bahan yang digunakan, kebersihan tempat penjualan, tanggal kedaluwarsa, serta keberadaan logo halal pada kemasan. Sikap waspada ini merupakan bentuk penerapan nilai-nilai agama dan upaya menjaga kesehatan pribadi. Peran orang tua juga sangat penting dalam membimbing anak agar memiliki kebiasaan memilih makanan yang sehat dan halal. Orang tua secara aktif menasehati anak-anak agar tidak sembarangan jajan dan memilih makanan yang aman, sebagai bentuk perhatian dan kasih sayang untuk kesehatan anak.

Pemahaman dan sikap waspada anak-anak ini dapat dijelaskan dengan teori komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch yang dikutip oleh (Devito, 2014) di mana proses komunikasi yang efektif mampu mengubah atau memperkuat sikap dan perilaku melalui penyampaian informasi yang meyakinkan tanpa tekanan. Metode penyuluhan yang interaktif, seperti diskusi dan studi kasus tentang makanan halal, berhasil meningkatkan kesadaran anak untuk lebih selektif dalam memilih makanan sesuai ajaran agama.

Selain itu, konsep pendidikan transdisipliner yang diuraikan oleh (Dyatmika, 2021) menjelaskan bagaimana nilai-nilai agama diintegrasikan dengan praktik sehari-hari. Kepedulian terhadap kebersihan, keamanan, dan kehalalan makanan merupakan implementasi nyata dari pemahaman agama yang holistik, mendorong anak-anak mengembangkan sikap kritis dan tanggung jawab sebagai konsumen. Penelitian (Adde dan Indra, A. 2022) menguatkan temuan ini dengan menunjukkan bahwa tindakan preventif dan perhatian terhadap makanan halal merupakan wujud konkret dari pemahaman konsep produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan penyuluhan yang interaktif dan berbasis agama terbukti efektif mendorong perilaku proaktif anak-anak dalam menjaga kesehatan sekaligus menjalankan ajaran agama secara konsisten.

3. Menyadari Pilihan Makanan Berpengaruh pada Spiritualitas

Anak-anak MTs Al-Fath Kambu menunjukkan kesadaran bahwa pemilihan makanan halal tidak hanya berdampak pada kesehatan fisik, tetapi juga memiliki makna spiritual yang penting dalam hubungan mereka dengan Allah. Memilih makanan halal dipandang sebagai bentuk ketaatan dan penghormatan terhadap ajaran agama Islam, yang memperkuat ikatan spiritual dan meningkatkan rasa syukur atas nikmat yang diberikan Tuhan. Hal ini selaras dengan nilai-nilai yang termaktub dalam Al-Qur'an, khususnya pada Surah An-Nahl ayat 114, yang menegaskan pentingnya makan dari rezeki halal dan baik sebagai wujud penghambaan kepada Allah.

كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Terjemahnya:

Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya menyembah kepada-Nya (Q.S. An-Nahl/16: 114).

Kesadaran ini dapat dipahami melalui teori komunikasi sebagai proses pendidikan yang dikemukakan oleh Littlejohn dan Jabusch dalam (Devito, 2014) yang menyatakan bahwa komunikasi edukatif merupakan proses transfer pengetahuan, nilai, dan sikap secara interaktif. Dalam konteks penyuluhan produk halal di sekolah, komunikasi tidak hanya bertujuan

menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman dan internalisasi nilai agama secara menyeluruh, meliputi aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap dan rasa), serta konatif (perilaku nyata).

Penelitian (Ramadhan, 2023) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa pelatihan dan penyuluhan yang efektif dapat meningkatkan kesadaran anak terhadap pentingnya memilih makanan halal. Pemahaman yang diperoleh anak-anak menjadi dasar bagi mereka untuk mengambil keputusan yang tidak hanya sehat secara fisik tetapi juga sesuai dengan prinsip agama, sehingga membentuk sikap dan perilaku yang konsisten dalam kehidupan sehari-hari. Secara keseluruhan, integrasi antara nilai-nilai agama dan pendidikan komunikasi yang sistematis mampu membentuk kesadaran spiritual anak-anak terhadap pilihan makanan mereka, sekaligus mendorong mereka untuk menjalankan ketaatan secara praktis dalam konteks keseharian.

Dampak Positif Dalam Sosialisasi Logo Halal Pada Anak di MTs Al-Fath Kambu

Sosialisasi logo halal yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam KUA Kecamatan Kambu di MTs Al Fath Kambu memiliki dampak positif pada lingkungan sekolah dan masyarakat. Berikut beberapa dampak positif tersebut:

1. Meningkatkan kesadaran dalam memilih makanan yang halal dan baik

Sosialisasi logo halal di MTs Al-Fath Kambu telah berhasil meningkatkan kesadaran siswa dalam memilih makanan yang tidak hanya sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga baik bagi kesehatan tubuh. Program ini tidak hanya memberikan informasi dasar mengenai logo halal, tetapi juga menanamkan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya keterpaduan antara aspek kehalalan dan kebaikan (thayyib) dalam konsumsi makanan.

Temuan ini selaras dengan teori komunikasi pendidikan dari Littlejohn dan Jabusch dalam (Devito, 2014) yang memandang komunikasi sebagai proses dinamis yang dapat mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku melalui interaksi aktif. Dalam konteks ini, sosialisasi logo halal mencerminkan ketiga tahapan utama dalam teori tersebut: penyampaian informasi yang terstruktur, partisipasi aktif audiens dalam kegiatan, serta penerapan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari. Siswa tidak hanya memahami konsep halal secara kognitif, tetapi juga menunjukkan perubahan sikap dan perilaku yang konkret dalam memilih makanan secara lebih selektif dan sadar.

Lebih lanjut, penelitian (Muzayanah, 2019) memperkuat temuan ini dengan menekankan pentingnya meningkatkan kepedulian anak terhadap produk halal sejak dini sebagai bagian dari pendidikan karakter dan spiritual. Dengan adanya pendekatan yang tepat dan berbasis komunikasi edukatif, seperti yang diterapkan dalam sosialisasi di MTs Al-Fath Kambu, siswa tidak hanya dibekali dengan pengetahuan, tetapi juga termotivasi untuk menginternalisasi nilai agama dalam kehidupan sehari-hari secara berkelanjutan. Dengan demikian, sosialisasi logo halal di sekolah terbukti menjadi media pendidikan yang efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan dan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab pada kalangan remaja.

2. Meningkatkan Pengetahuan tentang Prinsip Makanan yang Sesuai Ajaran Islam

Sosialisasi logo halal di MTs Al-Fath Kambu terbukti meningkatkan pemahaman siswa tentang prinsip-prinsip halal dan haram dalam Islam, khususnya dalam konteks pemilihan makanan. Anak-anak menjadi lebih sadar untuk tidak sembarangan mengonsumsi makanan, tidak hanya berdasarkan label halal, tetapi juga mempertimbangkan aspek kebaikan (thayyib) bagi kesehatan. Peningkatan pengetahuan ini juga didukung oleh keterlibatan aktif guru dan orang tua yang memperkuat nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari siswa.

Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi pendidikan oleh Littlejohn dan Jabusch dalam (Devito, 2014) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dalam pendidikan harus bersifat interaktif dan mampu mengubah pengetahuan serta perilaku individu. Dalam konteks ini, sosialisasi logo halal bukan sekadar proses penyampaian informasi, tetapi menciptakan ruang interaksi edukatif yang melibatkan siswa, guru, dan orang tua secara aktif.

Hal ini membentuk pemahaman yang lebih mendalam dan mendorong internalisasi nilai-nilai agama dalam praktik konsumsi sehari-hari.

Selain itu, proses sosialisasi ini juga mencerminkan perubahan perilaku nyata siswa, di mana mereka lebih berhati-hati dalam memilih makanan sesuai prinsip Islam. Perubahan ini menunjukkan keberhasilan komunikasi pendidikan dalam membangun pengetahuan sekaligus menguatkan nilai religius yang berpengaruh terhadap gaya hidup anak-anak secara positif. Dengan demikian, pendekatan ini efektif dalam mendidik dan membentuk karakter melalui pemahaman agama yang aplikatif.

KESIMPULAN

Strategi penyuluh agama Islam dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi komunikasi secara interaktif, komunikasi secara visual dan kolaborasi dengan mata pelajaran di sekolah. Pemahaman anak akan logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi anak lebih memahami maksud dari logo halal dalam kemasan makanan, anak lebih peduli terhadap kebersihan dan keamanan makanan dan anak menyadari pilihan makanan akan berpengaruh pada spiritualitas anak itu sendiri. Dampak positif dalam sosialisasi logo halal pada anak di MTs Al-Fath Kambu meliputi meningkatkan kesadaran dalam memilih makanan yang halal dan baik serta meningkatkan pengetahuan tentang prinsip makanan yang sesuai ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dengan satu atau lebih penulis:

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Revisi ed.). Rineka Cipta.
 Devito, J. A. (2014). *Komunikasi Antarmanusia*. Karisma Publishing Group.
 Dyatmika, T. (2021). *Ilmu komunikasi*. Zahir Publishing
 Joseph A. Devito (2014). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang, Karisma Publishing Group
 Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. PT Remaja Rosda Karya.
 Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Kencana Prenada Media.
 Nurulita, N. (2021). *Penyuluhan Agama di Era Digital*. Bandung: Lekkas
 Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
 Susanti, D. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia*. Sinar Grafika.

Artikel Jurnal:

- Adde, E. A. (2022). Strategi Dakwah Kultural Di Indonesia. *Dakwatul Islam*, 7(1), 59-78
 Aniah, S. (2022). Desain Strategi Pembelajaran Aktif Berbasis Transdisiplin pada Matapelajaran PAI. *Book Chapter of Proceedings Journey-Liaison Academia and Society*, 1(1), 412-423
 Hidayati, A. N., & Kalimah, S. (2020). Perilaku Ibu Rumah Tangga Muslim dalam Mengonsumsi Produk Makanan Halal di Desa Bandung Kabupaten Tulungagung. *JURNAL AL-QARDH*, 5(1), 38-55.
 Indra, A. (2022). Peran Penyuluh Agama dalam Membentuk Keluarga Harmonis. *At-Tatbiq*, 7(1), 26-35.
 Ismaya, P. L., Faturochman, H. Y., Aprianti, G. E., Hati, R. P., Harningsih, R., Nuraeni, D. A., & Sebastian, A. (2023). Penyuluhan Terkait Label Halal Kepada Masyarakat dan UMKM di Kelurahan Argasari Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 382-388.
 Masruroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka
 Muzayanah, U., Oetomo, S. B., & Zakiyah, Z. (2019). Kepedulian Anak Madrasah Aliyah Terhadap Produk Pangan Halal di Kota Surakarta. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, dan Tradisi)*, 5(2), 259-273
 Oktavianita, P. (2021). Implementasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Kesadaran Anak Mengonsumsi Makanan Dan Minuman Halal (Studi Kasus: SMPIT Titian Ilmu Kota Bekasi). *Turats*, 14(1), 35-43.
 Ramadhan, M. E. A., Mayudi, G., Triana, N., & Sukardi, S. (2023). Pelatihan Kesadaran Halal (Halal

- Awareness) dan Titik Kritis Makanan dan Minuman Kekinian pada Anak SMK Muhammadiyah 1 Pontianak. *Jurnal Buletin Al-Ribaath*, 20(1), 42-45
- Samsuri, W. &. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112. <https://doi.org/10.31000/ALMAAL.V2I1.2803>
- Subekhi, A. I., & Oktavia, S. (2021). Public Relations Campaign In Disseminating Halal Food and Beverages to Elementary School Students and The Community. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(2), 57–63.
- Triasih, D., Heryanti, B. R., & Kridasaksana, D. (2017). Kajian Tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2), 214–225.
- Yulia, L. (2015). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 121–162.