ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Peran Humas MUI Kabupaten Pali dalam Mensosialisasikan Produk Halal

Authors: Ananta Alya Zahra, Nuraida, Anita Trisiah

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 2 No. 3 (2025)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i3.4316

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 24 October 2026, 12:49 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Ananta Alya Zahra, Nuraida, Anita Trisiah. "Peran Humas MUI Kabupaten Pali dalam Mensosialisasikan Produk Halal". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 2 No. 3 (2025). DOI: 10.47134/jbkd.v2i3.4316

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 2, Number 3, 2025, *Page*: 1-9

Peran Humas MUI Kabupaten Pali dalam Mensosialisasikan Produk Halal

Ananta Alya Zahra[1], Nuraida[2], Anita Trisiah[3]

[1] Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; anantlyz@gmail.com
[2] Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; nuraida_uin@radenfatah.ac.id
[3] Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang; anitatrisiah_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak: Peran Humas sangat penting dalam menjembatani komunikasi antara lembaga dan masyarakat, khususnya dalam menyampaikan informasi terkait produk halal. Di Kabupaten PALI, Humas Majelis Ulama Indonesia (MUI) berperan aktif dalam mensosialisasikan pentingnya produk halal kepada masyarakat, terutama para pelaku usaha. Dalam kegiatan ini, Humas tidak hanya bertindak sebagai penghubung antara MUI dan masyarakat, tetapi juga berpartisipasi langsung dalam penyampaian informasi. Penelitian ini menganalisis peran Humas MUI Kabupaten PALI dalam proses sosialisasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Ketua MUI, Sekretaris MUI, Ketua Humas, Sekretaris Humas, dan Anggota Humas, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen resmi MUI dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas MUI menggunakan media seminar sebagai sarana utama sosialisasi. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini mencakup pengurus MUI, penyuluh agama, tokoh masyarakat, serta pihak dari dinas koperasi dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Komunikasi bersifat dua arah dengan model two-way asymmetric, di mana masyarakat dapat memberikan umpan balik, tetapi pesan tetap dikendalikan oleh organisasi. Keterlibatan aktif Humas dalam menyampaikan informasi menjadi tantangan tersendiri, terutama karena keterbatasan sumber daya manusia, waktu pelaksanaan yang terbatas, serta rendahnya pemahaman sebagian masyarakat mengenai produk halal.

Kata kunci: Humas, MUI, Produk Halal, Sosialisasi, Two-Way Asymmetric

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i3.4316
*Correspondence: Ananta Alya Zahra, Nuraida, Anita Trisiah
Email: anantlyz@gmail.com, nuraida_uin@radenfatah.ac.id, anitatrisiah_uin@radenfatah.ac.id

Received: 13-03-2025
Accepted: 22-04-2025
Published: 30-05-2025

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *The role of Public Relations (PR) is very important in bridging communication between institutions and the public, especially in conveying information related to halal products. In PALI Regency, the Public Relations of the Indonesian Ulema Council (MUI) plays an active role in socializing the importance of halal products to the community, particularly to business actors. In this activity, PR not only acts as a liaison between MUI and the community but also directly participates in delivering information. This study analyzes the role of MUI PALI Regency's PR in the socialization process. The research uses a qualitative approach with descriptive data analysis. Primary data were obtained through interviews with the Chairman of MUI, Secretary of MUI, Head of PR, Secretary of PR, and PR members, while secondary data came from official MUI documents and related literature. The results show that MUI PR uses seminars as the main medium for socialization. The parties involved in this activity include MUI administrators, religious counselors, community leaders, as well as officials from the cooperative and MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) service office. The communication is two-way with a two-way asymmetric model, where the community can provide feedback, but the message remains controlled by the organization. Active involvement of PR in delivering information faces challenges, especially due to limited human resources, limited time for implementation, and the low understanding of some community members regarding halal products.*

Keywords: *Public Relations, MUI, Halal Products, Socialization, Two-Way Asymmetric*

Pendahuluan

Komunikasi yang efektif sangat penting untuk menyampaikan informasi, dan hubungan masyarakat memainkan peran kunci dalam menghubungkan organisasi dengan publik dengan memastikan penyampaian pesan, memenuhi kebutuhan publik, dan menumbuhkan kepercayaan serta citra positif (Sekar, 2023:406).

Rosady Ruslan menyatakan bahwa hubungan masyarakat berfungsi sebagai jembatan antara organisasi dan publik dengan memfasilitasi komunikasi dua arah. Artinya, hubungan masyarakat tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga mengumpulkan umpan balik untuk memenuhi kebutuhan publik, membantu membangun kepercayaan, menjaga keharmonisan, dan mendukung keberhasilan organisasi (Rosady, 2017:26).

Hubungan Masyarakat memegang peranan penting dalam berbagai organisasi, termasuk Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang bertugas melayani masyarakat melalui fatwa dan pengawasan syariah. Humas MUI bertugas menjaga hubungan dengan kelompok agama dan masyarakat, menangani berbagai masalah keagamaan, dan mengedukasi masyarakat seperti mempromosikan produk halal kepada UMKM dan berbagai bisnis lainnya (Ansori, 2020:37).

BPJPH mendefinisikan Produk Halal sebagai barang atau jasa yang mematuhi hukum Islam, bebas dari bahan yang diharamkan seperti babi dan alkohol, serta diolah sesuai dengan pedoman syariah (BPJPH, Keputusan Kepala BPJPH Nomor 20 Tahun 2023). Salah satu produk halal yang sering dimanfaatkan dan dikonsumsi oleh masyarakat adalah produk makanan, yang banyak diproduksi oleh pelaku UMKM.

Banyak daerah yang dikenal memiliki UMKM di bidang makanan, salah satunya adalah Kabupaten PALI, yang sebagian besar pelakunya adalah ibu rumah tangga. Mereka memanfaatkan waktu luang untuk mengolah berbagai makanan khas, seperti ikan sagarurung dan roti. Biasanya, para pelaku UMKM menjual produk mereka di pasar tradisional, pusat oleh-oleh, dan melalui pesanan langsung dari konsumen. Bahkan, beberapa sudah mulai memasarkan produknya secara online untuk menjangkau lebih banyak pembeli.

Meskipun UMKM di Kabupaten PALI cukup banyak, banyak pelaku usahanya yang belum menyadari pentingnya status halal pada suatu produk. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari bagaimana cara memastikan produk mereka memenuhi syarat kehalalan yang sesuai dengan syariat. Selain itu, terdapat kebingungan dalam proses pengajuan sertifikasi halal, serta kurangnya pengetahuan tentang cara mengidentifikasi produk yang halal.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial melalui narasi deskriptif. Peneliti berperan sebagai instrumen utama untuk menginterpretasikan peristiwa, perilaku, persepsi, dan aktivitas sosial, baik secara individu maupun kelompok. Pendekatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis fenomena secara mendalam untuk mendapatkan wawasan yang jelas. Untuk mendukung proses tersebut, peneliti menyiapkan instrumen yang diperlukan, termasuk pertanyaan

wawancara, untuk memastikan data yang dikumpulkan terperinci, akurat, dan relevan dengan tujuan penelitian (marinu, 2023). Lokasi penelitian ini, dilaksanakan di Kantor MUI yang beralamat di Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) Jl. Merdeka KM 05 Kelurahan Handayani Mulia Kec. Talang Ubi Kab. PALI 31211.

Hasil dan Pembahasan

Secara teori, humas bertugas sebagai pengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya guna membangun hubungan yang harmonis serta citra positif. Humas bertanggung jawab menyampaikan informasi yang jelas dan akurat tentang organisasi, menjaga reputasi, mengelola komunikasi internal maupun eksternal, serta menangani isu atau keluhan dari masyarakat. Selain itu, humas juga berperan dalam mengorganisasi kegiatan atau acara yang memperkuat hubungan dengan publik. Dengan peran tersebut, humas menjadi jembatan penting agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan dukungan masyarakat (Permini, 2022:621). Dalam kegiatan sosialisasi produk halal, humas berperan sebagai penghubung yang memastikan informasi bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Meskipun informasi juga disampaikan oleh pihak lain seperti penyuluh agama, tokoh masyarakat, serta pihak dari dinas koperasi, kehadiran humas tetap penting dalam mengatur jalannya komunikasi agar pesan yang disampaikan tetap mudah dipahami, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peran Humas MUI Kabupaten PALI dalam Mensosialisasikan Produk Halal

Dalam struktur organisasi MUI Kabupaten PALI, pengurus inti seperti Ketua Umum dan Sekretaris Umum memegang peran strategis dalam menentukan arah dan kebijakan organisasi secara keseluruhan. Tugas mereka lebih menitikberatkan pada pengambilan keputusan dan pengelolaan administrasi internal. Di sisi lain, humas berfokus pada pelaksanaan komunikasi eksternal dan publikasi, termasuk mengelola hubungan dengan masyarakat dan berbagai pihak terkait. Keterpaduan antara peran pengurus inti dan humas sangat penting untuk memastikan bahwa kebijakan yang diambil dapat tersampaikan dengan efektif kepada publik, terutama dalam konteks sosialisasi produk halal. Hal ini menunjukkan adanya pembagian tugas yang jelas antara pengurus inti sebagai pengambil kebijakan dan humas sebagai pelaksana komunikasi.

Humas MUI Kabupaten PALI menjembatani pemahaman produk halal melalui berbagai kegiatan sosialisasi. Meskipun tidak terlibat secara langsung dalam proses penerbitan sertifikat, humas MUI berkontribusi dengan mengadakan seminar, diskusi, dan penyuluhan terkait produk halal. Peran ini menjadi bagian penting dalam mendorong kesadaran pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk memenuhi ketentuan kehalalan produk mereka. Dengan demikian, humas MUI berfungsi sebagai penguat komunikasi antara kebijakan BPJPH dan masyarakat.

Humas MUI Kabupaten PALI memegang peranan penting dalam proses memberikan informasi terkait produk halal kepada masyarakat. Tugas mereka tidak hanya bersifat menyampaikan pesan, tetapi juga memastikan bahwa pesan tersebut dipahami, diterima, dan direspons dengan baik oleh khalayak. Dalam konteks ini, humas bukan

sekadar menjadi juru bicara lembaga, melainkan berperan aktif sebagai penyusun strategi komunikasi yang mendalam.

Peran utama humas terlihat dalam kemampuannya menjembatani komunikasi antara lembaga keagamaan dan masyarakat luas. Mereka menyusun pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat setempat, termasuk tingkat pendidikan, pemahaman agama, dan kebutuhan informasi yang aktual. Tujuannya agar pesan mengenai pentingnya sertifikasi halal tidak hanya terdengar, tetapi juga menyentuh kesadaran masyarakat.

Selain sebagai pelaksana teknis kegiatan, humas juga memegang peran dalam merancang materi yang akan disampaikan. Mereka berupaya menyederhanakan istilah-istilah kompleks yang berkaitan dengan proses sertifikasi halal agar dapat dimengerti oleh masyarakat terutama pelaku UMKM.

Humas juga aktif memberikan penjelasan mengenai alur administratif dalam proses memperoleh sertifikat halal. Mereka menjelaskan bahwa dalam sistem saat ini, pengajuan sertifikasi dilakukan melalui jalur resmi dengan ketentuan dan prosedur yang sudah ditetapkan pemerintah. Masyarakat diperkenalkan dengan proses yang melibatkan beberapa tahap, termasuk pengisian formulir, pemeriksaan produk, dan pengujian dari lembaga yang berwenang.

Walaupun humas bukan pihak yang secara teknis menerbitkan sertifikat, mereka tetap menjadi garda terdepan dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mengikuti prosedur yang benar. Hal ini menjadi bagian dari peran mereka sebagai fasilitator informasi, di mana mereka menyampaikan garis besar peraturan dan mendorong masyarakat untuk memproses permohonan halal melalui jalur resmi yang telah ditetapkan negara.

Dalam beberapa kegiatan, humas MUI juga menghadapi berbagai pertanyaan dari peserta mengenai siapa yang berwenang mengeluarkan sertifikat, apa bedanya dengan fatwa kehalalan, dan bagaimana proses penilaian suatu produk. Di sinilah humas mengambil posisi sebagai penghubung, menyampaikan pengetahuan dari sisi keagamaan serta memberikan pemahaman mengenai sistem pengawasan yang kini sudah menjadi bagian dari regulasi nasional.

Keterlibatan humas dalam menjelaskan sistem dan lembaga-lembaga terkait menjadi krusial, karena banyak masyarakat yang masih menganggap bahwa MUI adalah satu-satunya badan yang mengurus segala hal tentang halal. Melalui kegiatan sosialisasi, humas meluruskan pemahaman tersebut dan menjelaskan bahwa saat ini sudah ada pembagian tugas yang lebih sistematis antara lembaga keagamaan dan lembaga negara.

Fungsi humas sebagai penyeimbang informasi juga terlihat dari upaya mereka menjaga kepercayaan masyarakat terhadap proses sertifikasi halal. Mereka tidak hanya menjelaskan prosedur, tetapi juga menekankan bahwa sistem yang ada kini bertujuan untuk memperkuat jaminan halal secara nasional, dengan pengawasan lebih ketat dan sistematis yang menguntungkan umat.

Secara keseluruhan, humas MUI Kabupaten PALI memainkan peran strategis dalam mempertemukan pemahaman masyarakat akan ajaran agama dengan regulasi yang

berlaku. Mereka menyampaikan nilai-nilai agama melalui pendekatan komunikasi publik yang terarah, sambil memperkenalkan sistem baru yang mengatur sertifikasi halal di Indonesia tanpa harus menjelaskan secara eksplisit struktur kelembagaan di baliknya. Dengan demikian, humas menjadi kunci dalam menyukseskan transformasi kesadaran halal kepada masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Humas, Sekretaris Humas, dan anggota Humas, peran yang dijalankan tidak terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga meliputi perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan sosialisasi.

Pertama, humas berperan sebagai penghubung antara MUI dan masyarakat. humas menyusun strategi komunikasi agar pesan-pesan tentang pentingnya sertifikasi halal dapat diterima dengan baik oleh berbagai lapisan masyarakat. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi sosial dan budaya setempat, serta kemampuan masyarakat dalam memahami isu halal secara praktis.

Kedua, humas juga bertugas sebagai penyampai informasi yang bersifat edukatif dan persuasif. Dalam setiap seminar, humas menyampaikan materi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Mereka tidak hanya menjelaskan hukum halal secara normatif, tetapi juga menyampaikan urgensi sertifikasi halal bagi kesehatan, kebersihan, dan keamanan produk yang dikonsumsi umat Islam.

Ketiga, humas menjadi pelaksana teknis kegiatan sosialisasi, mulai dari menentukan waktu dan lokasi, menyiapkan materi, mengundang peserta, hingga menyusun laporan kegiatan. Dalam proses ini, humas bekerja sama dengan pihak internal MUI dan pihak eksternal seperti tokoh masyarakat, perangkat desa, dan pengurus masjid.

Keempat, humas juga menjalankan peran sebagai penilai efektivitas sosialisasi, dengan mengamati respon peserta seminar dan melakukan evaluasi informal untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat setelah kegiatan berlangsung. Hal ini menjadi dasar bagi mereka untuk memperbaiki pendekatan dan metode pada kegiatan berikutnya.

Dalam pelaksanaan kegiatan, humas terlibat langsung dalam penentuan bentuk sosialisasi yang sesuai. Mereka lebih banyak menggunakan pendekatan tatap muka seperti seminar karena dianggap lebih efektif untuk menjelaskan hal-hal yang bersifat teknis dan mendalam. Dalam forum seperti ini, humas berinteraksi langsung dengan peserta, memberikan penjelasan, membuka sesi tanya jawab, dan menanggapi berbagai keraguan yang muncul.

Pendekatan Humas MUI Kabupaten PALI dalam Mensosialisasikan Produk Halal

Dalam menjalankan sosialisasi, humas MUI Kabupaten PALI tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggunakan pendekatan yang bersifat persuasif. Mereka menyadari bahwa tidak semua masyarakat memiliki latar belakang pengetahuan yang sama soal sertifikasi halal, sehingga penyampaian informasi perlu dibuat sederhana dan mudah dipahami. Bahasa yang digunakan pun lebih santai dan membumi agar masyarakat tidak merasa sedang "diceramahi", tapi justru merasa diajak ngobrol. Pendekatan ini tidak hanya digunakan oleh lembaga keagamaan, tetapi juga ditemukan dalam konteks pendidikan. Hal ini terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Olga F.

Yohana dan Elis Yulianti berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif Kepala Sekolah SDI Al Azhar 7 Sukabumi dalam Pengimplementasian Gerakan Literasi Sekolah", di mana Kepala Sekolah menggunakan pendekatan persuasif dengan bahasa yang sederhana dan komunikatif untuk membangun kesadaran literasi di kalangan siswa (Olga f, 2023). Sama halnya dengan humas MUI, strategi ini bertujuan untuk memengaruhi perilaku audiens melalui penyampaian informasi yang mudah dicerna dan diterima.

Tujuannya bukan hanya agar masyarakat tahu, tapi agar mereka benar-benar paham dan merasa bahwa sertifikasi halal itu penting untuk kenyamanan dan ketenangan mereka sendiri. Dengan pendekatan seperti ini, humas MUI berusaha membangun kesadaran tanpa memaksa, melainkan dengan meyakinkan secara halus.

Dalam menjalankan kegiatan komunikasi, humas MUI tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga membuka ruang bagi masyarakat untuk bertanya dan memberikan tanggapan. Meskipun ada proses dialog, arah komunikasi ini tetap dikendalikan oleh MUI, terutama dalam hal penekanan pesan dan tujuan yang ingin dicapai. Pola komunikasi seperti ini sejalan dengan konsep *Two-Way Asymmetric* Model yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt, di mana komunikasi berlangsung dua arah namun masih berpihak pada kepentingan organisasi.

Analisis Model Komunikasi Humas MUI Berdasarkan Teori *Two-Way Asymmetric*

Berdasarkan hasil wawancara, humas MUI Kabupaten PALI melakukan sosialisasi produk halal melalui kegiatan seminar dan pertemuan tatap muka yang disertai sesi tanya jawab. Meskipun terdapat komunikasi dua arah antara MUI dan masyarakat, arah komunikasi tetap lebih banyak dikendalikan oleh pihak MUI. Hal ini sesuai dengan model *Two-Way Asymmetric* dari Grunig dan Hunt, di mana komunikasi berlangsung dua arah namun bersifat tidak seimbang (Siantar, 2020:9).

Pendekatan ini terlihat dalam kegiatan sosialisasi seperti seminar, di mana informasi disampaikan secara langsung oleh pihak MUI kepada masyarakat. Dalam proses ini, humas MUI menyusun materi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar pesan mengenai pentingnya produk halal dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Dengan demikian, pola komunikasi yang digunakan oleh humas MUI Kabupaten PALI mencerminkan model *two-way asymmetric*, karena meskipun ada interaksi terbatas antara pihak MUI dan masyarakat, arah komunikasi tetap dikendalikan oleh organisasi. Ini sejalan dengan teori grunig dan Hunt yang menyatakan bahwa dalam model *Two-Way Asymetric*, organisasi berusaha memengaruhi publik dengan tetap mempertahankan kontrol atas pesan yang disampaikan (Tansia, 2022:2).

Umpan balik dari masyarakat, jika muncul, tidak secara langsung memengaruhi substansi pesan yang disampaikan, melainkan menjadi pertimbangan tambahan bagi MUI dalam menyusun strategi berikutnya. Ini menunjukkan bahwa humas MUI tetap memegang kendali atas narasi utama, sekaligus berusaha agar pesan mereka dapat diterima secara efektif oleh publik.

Simpulan

Peran humas MUI dalam mensosialisasikan produk halal adalah sebagai penghubung strategis antara organisasi dan masyarakat. Humas menyampaikan informasi mengenai pentingnya sertifikasi halal melalui kegiatan seminar dengan bahasa yang mudah dipahami. Di Kabupaten PALI, humas MUI menjalankan peran ini secara aktif dan komunikatif untuk menjangkau masyarakat lebih luas serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal.

Strategi komunikasi humas MUI Kabupaten PALI dalam sosialisasi produk halal menggunakan pendekatan persuasif yang terencana, dengan bahasa sederhana, materi relevan, dan melalui seminar. Tujuannya adalah membentuk kesadaran masyarakat, khususnya pelaku usaha, agar memahami dan mengikuti sertifikasi halal, sambil tetap menyesuaikan pesan dengan karakteristik lokal dan kebijakan organisasi.

Humas MUI Kabupaten PALI menerapkan model komunikasi *two-way asymmetric*, di mana komunikasi bersifat dua arah namun tetap dikendalikan oleh organisasi. Masyarakat diberi ruang untuk merespons secara terbatas, sementara tujuan utamanya adalah memengaruhi dukungan terhadap sertifikasi halal. Model ini dinilai cocok untuk lembaga keagamaan karena menjaga arah pesan sekaligus membangun keterhubungan dengan masyarakat.

Efektivitas sosialisasi humas MUI Kabupaten PALI terlihat dari pelaksanaan seminar yang menyampaikan informasi secara langsung, jelas, dan mudah dipahami. Meskipun arah komunikasi dikendalikan oleh organisasi, seminar terbukti efektif membangun kesadaran masyarakat dan memperkuat pemahaman mereka tentang pentingnya sertifikasi halal.

Referensi

Andi Saputra, Chandra Satria, dan Muharir. 2021. "Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA), Vol. 1, No. 2.

Ansori, Ulumudin. 2020. "Kedudukan Fatwa MUI dan Lembaga Fatwa di Indonesia." Jurnal Mahkamah, Vol. 5, No. 1.

Bonaraja Purba, dkk. 2020. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar.* Yayasan Kita Menulis,

Eka, Lathoif Ghozali. 2021. "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No. 1.

Grunig, James E., dan Todd Hunt. 1984. *Managing Public Relations.* New York: Holt, Rinehart & Winston.

Hairunnisa. 2021. *Buku Ajar Pengantar Humas. Edisi II.* Sidoarjo: Indomedia Pustaka.

Handin, Puspasari. 2020. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur." Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP), Vol. 8, No. 3.

Lady Yulia. 2019. "Halal Products Industry Development Strategy." Jurnal Bisnis Islam, Vol. 8, No. 1.

Marinu Waruwu. 2023. "Pendekatan Penelitian Pendidikan." Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 7, No. 1.

Olga F. Yohana & Elis Yulianti. "Strategi Komunikasi Persuasif Kepala Sekolah SDI Al Azhar 7 Sukabumi." Jurnal Sinestesia, Vol. 12, No. 2, 2023.

Permini, N., & Atmaja, I. "Peran Humas dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah di Kabupaten Badung." Jurnal Moderat, Vol. 8, No. 3, 2022.

Putri, N. J., & Yuningsih, S. "Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Kwartir Cabang Jakarta Selatan." Jurnal Bincang Komunikasi, Vol. 1, No. 2, 2023.

Rafi, M. "Fungsi Public Relations Dalam Mengkomunikasikan Media Online Medcom.Id." Jurnal Visi Komunikasi, Vol. 18, No. 2, 2019.

Rahmadani, S. A., Wisudawanto, R., & Indreswari, E. P. "Peran Humas dalam Pelaksanaan Branding Terminal Tipe A Tirtonadi." Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial, dan Humaniora, Vol. 3, No. 2, 2025.

Rosady Ruslan. 2017. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi.* Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Rustina, Suharnis. 2022. *Sosialisasi Anak Pada Keluarga Single Parents.* Indramayu: Penerbit Adab.

Sekar, Lintang. "Analisis Peran Humas Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Magelang Dalam Menjalankan Aktivitas Kehumasan." Jurnal Audiens, Vol. 4, No. 3, 2023.

Siantar, N. "Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial." Jurnal Manajemen Informasi dan Komunikasi, Vol. 4, No. 1, 2020.

Sigit, P. "Pemanfaatan Model Komunikasi J. Grunig Untuk Meningkatkan Implementasi Keterbukaan Public Di Pemerintah Kabupaten Magelang." Jurnal Manajemen Informasi dan Komunikasi, Vol. 4, No. 1, 2020.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi ke-4.* Bandung: Alfabeta

Tansia Trisyeling, dkk. “Implementasi Model Public Relations pada PT. Revolusi Sejuta Rasa.” Jurnal Seminar Nasional Transformasi Digital, Vol. 1, No. 01, 2022.

Titis, G. “Pendekatan komunikasi internal dan eksternal public relations.” Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi, Vol. 7, No. 2, 2023.