

Analisis Penerapan Model AISAS pada Media Sosial Instagram oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia

Annisya Sofiyana¹, Ismail Fahmi²

¹Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia, annisya.sofiyana@students.paramadina.ac.id

²Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia, ismail.fahmi@students.paramadina.ac.id

Corresponding Author: ismail.fahmi@students.paramadina.ac.id²

Abstract: Instagram has become an important social media platform for companies to introduce their products and services. The Halal Product Assurance Agency (BPJPH) was established in October 2017 based on Law Number 33 of 2014 to issue halal certification. BPJPH utilizes social media, including Instagram, to disseminate information on how to obtain halal certification in Indonesia. The AISAS model illustrates the consumer consideration process before making a purchase. There is still a perception in society that halal certification is only issued by LPPOM MUI, which means BPJPH needs to enhance its brand awareness to become more widely recognized. This study analyzes the application of the AISAS model on BPJPH's Instagram using a qualitative descriptive method, employing observation, literature review, and case studies on the Instagram account @halal.indonesia. The analysis is conducted based on the Miles & Huberman technique. The results indicate that BPJPH effectively uses Instagram to spread information about halal certification. In the Attention stage, BPJPH captures interest with mandatory Halal 2024 information. In the Interest stage, education is provided to attract business actors. In the Search and Action stages, BPJPH offers a registration link for halal certification. Finally, in the Share stage, BPJPH allows the public to share their experiences after obtaining halal certification. This research provides insights into the application of the AISAS model in BPJPH's social media efforts.

Keywords: BPJPH, Social Media, Instagram, AISAS

Abstrak: Instagram telah menjadi platform media sosial yang penting bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasa. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibentuk pada Oktober 2017 berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 untuk menerbitkan sertifikasi halal. BPJPH memanfaatkan media sosial, termasuk Instagram, untuk menyebarkan informasi mengenai cara mendapatkan sertifikasi halal di Indonesia. Model AISAS menggambarkan proses pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Masih ada anggapan di masyarakat bahwa sertifikasi halal hanya diterbitkan oleh LPPOM MUI, sehingga BPJPH perlu meningkatkan Brand Awareness agar lebih dikenal. Penelitian ini menganalisis penerapan Model AISAS pada Instagram BPJPH dengan metode deskriptif kualitatif, menggunakan observasi, tinjauan pustaka, dan studi kasus pada akun Instagram

@halal.indonesia. Analisis dilakukan berdasarkan teknik Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPJPH efektif menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi tentang sertifikasi halal. Pada tahap Attention, BPJPH menarik perhatian dengan informasi wajib Halal 2024. Di tahap Interest, edukasi diberikan untuk menarik pelaku usaha. Pada tahap Search dan Action, BPJPH menyediakan link pendaftaran sertifikasi halal. Terakhir, pada tahap Share, BPJPH memungkinkan masyarakat membagikan pengalaman setelah mendapatkan sertifikasi halal. Penelitian ini memberikan wawasan tentang penerapan model AISAS di media sosial BPJPH.

Kata Kunci: BPJPH, Media Sosial, Instagram, AISAS

PENDAHULUAN

Penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan, sebagaimana tercermin dalam data "Digital 2023: Indonesia" yang dirilis oleh We Are Social dan Hootsuite. Dari total populasi sekitar 276,4 juta jiwa, sekitar 77% atau 212,9 juta jiwa aktif menggunakan internet, dengan 60,4% di antaranya, yaitu sekitar 167 juta jiwa, merupakan pengguna media sosial. Berbagai kalangan, termasuk masyarakat umum, pelajar, lembaga pendidikan, pelaku usaha, dan instansi pemerintah, memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). BPJPH memanfaatkan platform digital seperti situs web dan Instagram sebagai alat untuk berbagi informasi terkait sertifikasi halal dan peraturan halal di Indonesia, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi tersebut. BPJPH, yang diresmikan pada 11 Oktober 2017, memiliki landasan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) (BPJPH, 2022).

Sebagai satu-satunya lembaga yang berwenang mengeluarkan izin sertifikasi halal, BPJPH perlu membentuk dan meningkatkan Brand Awarenessnya (Pretty et al., 2024), agar eksistensinya dapat diketahui oleh masyarakat Indonesia secara merata. Oleh karena itu BPJPH merumuskan strategi efektif untuk membangun brand awareness agar keberadaannya dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Saat ini masyarakat Indonesia saat ini lebih tertarik pada konten visual yang menarik dibandingkan dengan teks, sehingga Instagram menjadi platform pilihan bagi generasi muda untuk berbagi foto dan video. Tim Humas BPJPH telah melakukan publikasi yang tepat dengan memanfaatkan media sosial dan media digital, serta membangun hubungan dengan media konvensional, (Pretty et al., 2024).

Menargetkan 10 juta sertifikat halal pada tahun 2024, BPJPH berhasil melampaui target tersebut, yang terlihat dari laporan pelaksanaan program pada Triwulan I Tahun 2024 dengan peningkatan signifikan dalam jumlah produk yang terdaftar dan tersertifikasi halal. Capaian kinerja BPJPH mencapai 98,4% dari total pendaftaran, dan salah satu faktor utama yang mendukung pencapaian ini adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi. Sebagai badan resmi milik negara yang mengelola administrasi sertifikasi halal, BPJPH berkomitmen untuk menyebarluaskan informasi secara luas dan merata terkait proses sertifikasi halal di Indonesia, baik untuk sosialisasi maupun edukasi. Dalam upaya menjangkau masyarakat luas, BPJPH secara konsisten menggunakan Instagram sebagai media utama untuk menyebarkan informasi terkait sertifikasi halal. Akun resmi Instagram BPJPH, @halal.indonesia, menyajikan konten yang menarik, informatif, dan mudah dipahami, termasuk alur pendaftaran sertifikasi halal, layanan call center, jumlah produk yang sudah bersertifikat halal, serta ketentuan produk. Pada Mei 2023, akun tersebut memiliki 57.008 followers, dan pada Oktober 2023, jumlahnya meningkat menjadi 72.900 followers. Hingga 2 Oktober 2024, jumlah followers mencapai 98.500 dengan total 1.756 post, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap informasi sertifikasi halal yang disediakan oleh BPJPH. Kenaikan followers ini

menandakan bahwa masyarakat mencari informasi sertifikat halal melalui Instagram @halal.indonesia karena tertarik dan membutuhkan informasi yang akurat untuk dapat disimpan dan dishare.



Figure 1. Instagram @halal.indonesia

Perubahan perilaku konsumsi juga terlihat dalam model konsumsi yang berkembang, di mana The Dentsu Way (Sugiyama dan Andree, 2011), (Sholina & Salim, 2024) menyebutkan bahwa teknologi telah mengubah pola perilaku konsumen dari model AIDMA (Attention, Interest, Desire, Memory, Action) menjadi model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Model AISAS memberikan dampak positif bagi konsumen dalam hal perhatian, minat, pencarian, tindakan, dan berbagi informasi. Dentsu menekankan bahwa elemen "Share" menjadi pembeda dalam model perilaku konsumen ini. Inovasi ini telah mengubah struktur industri, teknologi intermediasi, dan model pemasaran yang digunakan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan model AISAS dalam strategi pemasaran, seperti yang dilakukan oleh merek fashion Muslim Dian Pelangi, dapat meningkatkan visibilitas merek dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Chantika Qintara Fatharani, 2024), (Fatharani & Wirasari, 2024). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model AISAS memberikan kontribusi signifikan dalam mengubah strategi pemasaran dan perilaku konsumen di era digital, serta meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram.

Berdasarkan hal diatas peneliti ingin menganalisa pemanfaatan media sosial, terutama Instagram, oleh BPJPH dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sertifikasi halal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi efektivitas strategi komunikasi digital BPJPH dalam menjangkau dan memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat mengenai sertifikasi halal, serta untuk Analisis Penerapan Model AISAS pada Media Sosial Instagram oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia”

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan Deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau konteks tertentu melalui pendekatan deskriptif dan interpretative, Niam (2024). Metode pemilihan sampel dalam penelitian kualitatif dapat bervariasi tergantung pada tujuan penelitian, konteks, dan desain penelitian. Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan data sekunder yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain, seperti data statistik, laporan, atau survei yang telah dipublikasikan.

Karena subjek yang diteliti dianggap cukup kompleks dan dinamis, maka penulis menggunakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena sosial atau perilaku dengan cara yang mendalam dan rinci. Dalam pendekatan ini, data yang dikumpulkan bersifat kualitatif, seperti Tinjauan pustaka, observasi, dan studi kasus, sehingga peneliti dapat menangkap makna dan pengalaman subjek yang diteliti. Jadi, penelitian ini berfokus pada penggambaran fenomena secara detail dan kaya akan informasi kontekstual.

Melalui pengumpulan data secara ilmiah yang berasal dari sumbernya yaitu sebagai berikut:

- 1) Observasi, mengamati fenomena pada media sosial Instagram @halal.indonesia periode 2023-2024
- 2) Tinjauan Pustaka, mengumpulkan dan menganalisis literatur yang sudah ada untuk mendapatkan pemahaman secara mendalam tentang model AISAS pada media sosial Instagram @halal.indonesia.
- 3) Studi Kasus, menganalisis kasus media sosial Instagram @halal.indonesia secara mendalam berdasarkan informasi yang tersedia dari sumber-sumber tertulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model AISAS adalah metode komprehensif yang diterapkan oleh BPJPH untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk dan layanan melalui media sosial Instagram. Dengan menggunakan model ini, BPJPH dapat lebih memahami perilaku konsumen dan mengoptimalkan strategi komunikasi. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil oleh BPJPH dalam menerapkan model AISAS secara efektif:

1. *Attention* (perhatian)

Attention merupakan langkah pertama dalam sebuah pemasaran yaitu memproduksi sebuah iklan yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen (Hutapea, 2022). (Hutapea, 2022) Iklan dapat diproduksi dalam bentuk digital hingga konvensional. Iklan digital merupakan promosi produk/jasa berbasis internet. Ada beberapa jenis konten yang di posting di Instagram @halal.indonesia yakni dalam fitur feeds ada berita foto, selasa data, halal Indonesia menjawab, infografis, dan konten by feeds. Fitur reels seperti konten BPJPH sepekan, halal Indonesia kata mereka dan konten by reels. Fitur story biasa digunakan untuk update kegiatan BPJPH yang nantinya akan hilang setelah 24 jam. Fitur live terdapat konten coaching klinik atau ngobrol bareng halal (NGOBRAL) yang disiarkan secara langsung dan membahas suatu materi yang masih berkaitan dengan sertifikat halal. Iklan yang banyak disebarluaskan di berbagai media digital tersebut membuat publik lebih mengetahui tentang peran dan fungsi BPJPH. Media sosial Instagram menjadi media yang paling aktif digunakan BPJPH sebagai media untuk memberikan informasi terbaru tentang sertifikasi halal di Indonesia.



Figure 2. Instagram @halal.indonesia

Dalam akun Instagram @halal.indonesia membagikan beberapa konten foto dan video yang menarik. Berdasarkan hasil observasi peneliti, konten yang disajikan berupa konten edukasi seperti contoh tata cara penyembelihan hewan kurban dan bahan yang mengandung babi dan turunannya, konten interaksi melalui fitur QnA maupun kolom komentar dan konten informatif seperti pemaparan informasi terkait sertifikat halal, disisi lain BPJPH perlu memberikan respons positif terhadap setiap komentar dari pengikutnya untuk mempererat hubungan antara keduanya. Paparan iklan yang terus menerus muncul dalam timeline Instagram @halal.indonesia menimbulkan kesadaran merk bagi pelaku usaha untuk mensertifikasi halal produknya (Indonesia, 2024).



Figure 3. Instagram @halal.indonesia

2. Interest (Minat)

Setelah berhasil menarik perhatian audiens, langkah selanjutnya adalah membangkitkan minat terhadap layanan dan brand BPJPH. Strategi ini dapat dilakukan dengan menyoroti nilai-nilai unik dan keunggulan konten informasi yang disediakan, serta mengkomunikasikan manfaat yang akan diperoleh oleh pelaku usaha.. Salah satunya dengan brand BPJPH dapat menggunakan konten visual menarik seperti foto-foto berkualitas tinggi yang menampilkan desain unik dan inovatif dari koleksi. Dapat juga mengadakan acara atau kolaborasi dengan lembaga pemerintah/non pemerintah atau influencer terkenal yang memiliki minat dan pengaruh dalam industri halal. Dengan cara ini, BPJPH dapat memperoleh perhatian dan minat dari audiens target market. Dalam upaya membangkitkan minat pengikut dan merancang ulang feed Instagram yang kini jarang update dan tidak terkontrol, dengan postingan feed ini dirancang untuk memperlihatkan variasi konten menarik kegiatan dan pencapaian kinerja BPJPH, data sertifikasi halal, update program sertifikat halal gratis, selain itu, menyertakan konten yang berfokus pada proses kemudahan sertifikasi halal, memberikan tips agar UMKM lolos mengikuti sertifikasi halal, serta memanfaatkan kolaborasi dengan influencer atau selebriti untuk menambah daya tarik, seperti yang terlihat pada gambar berikut.

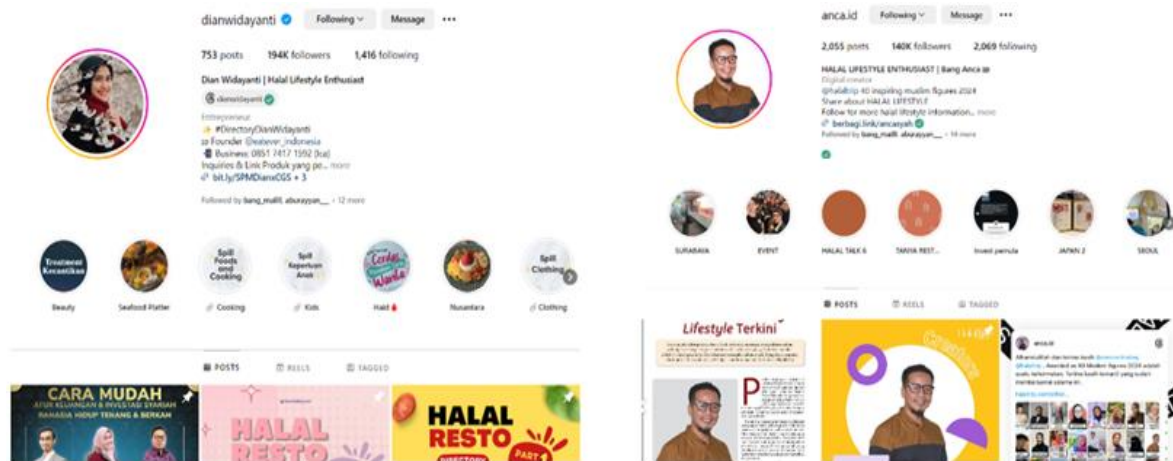


Figure 4. Instagram @halal.indonesia

3. Search (pencarian)

Setelah berhasil membangkitkan minat, penting untuk memudahkan audiens dalam mencari informasi lebih lanjut tentang BPJPH. Hal yang dapat dilakukan, dengan menyediakan sumber informasi yang komprehensif dan mudah diakses, seperti situs web yang informatif, blog, atau kanal media sosial. Salah satunya dengan BPJPH dapat menyediakan situs web resmi yang menampilkan informasi lengkap seputar sertifikasi halal seperti pendaftaran sertifikasi halal, data auditor halal, data LPH, data LHLN data penyelia halal serta peraturan regulasi terkait Halal di Indonesia. Dengan memberikan informasi yang berguna dan berkualitas, BPJPH dapat membantu audiens dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

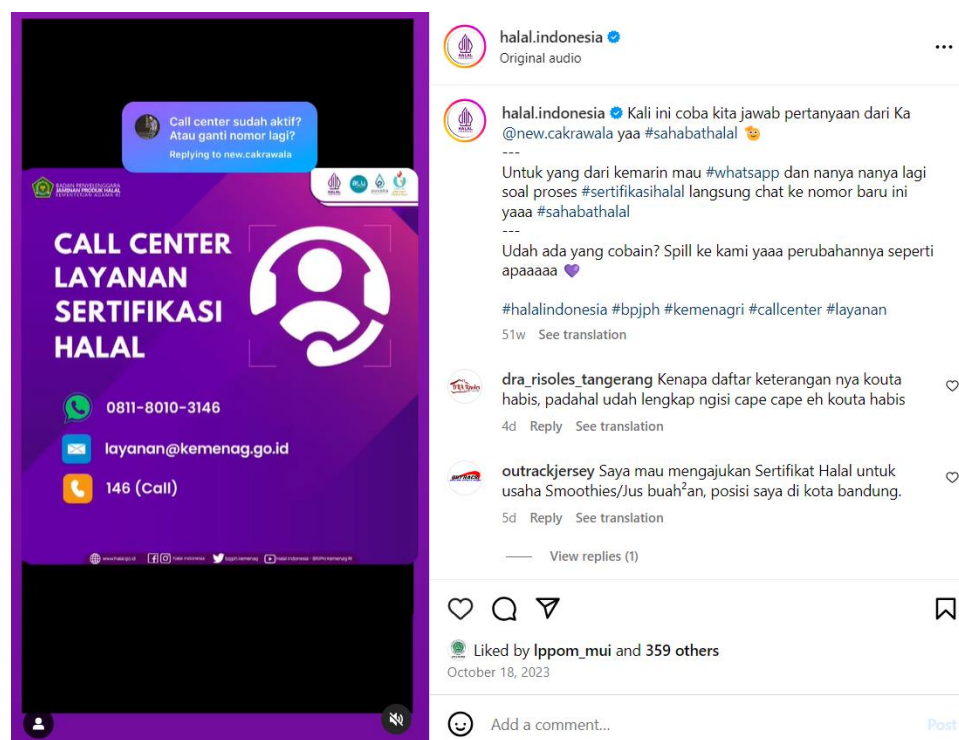


Figure 5. Instagram @halal.indonesia (Instagram, 2023)

4. Action (Tindakan)

Setelah audiens memiliki cukup Informasi, Langkah berikutnya adalah mendorong mereka untuk mengambil Tindakan kongkrret, seperti melakukan proses sertifikasi halal pada produk yang belum tersertifikasi, mendaftarkan sertifikasi halal di LPH, atau mengunjungi

kantor BPJPH. Salah satu inisiatif yang dapat dilakukan adalah memberikan program sertifikasi halal gratis untuk pelaku UMKM, dengan menyediakan 100.000 kuota pendaftaran. Penyusunan informasi tentang kuota pendampingan sertifikasi halal gratis ini menjadi bagian dari strategi untuk mendorong pelaku usaha agar segera mensertifikasi produk mereka sebelum batas akhir batas wajib sertifikasi halal. Informasi tentang kemudahan sertifikasi halal mencakup: Pendaftaran gratis, Pendampingan sertifikasi halal oleh BPJPH, serta proses sertifikasi halal yang semakin cepat dan transparan yang akan membantu dalam mencapai target sertifikasi halal. Dengan menggabungkan elemen-elemen menarik serta menjamin kemudahan dalam setiap prosesnya. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan respon positif dari pelaku usaha, termasuk interaksi aktif pada media sosial Instagram seperti likes, komentar, dan berbagi informasi tentang program sehati, seminar ataupun webinar yang diadakan oleh BPJPH. Upaya ini akan meningkatkan eksposur dan kunjungan audiens di situs <https://bpjph.halal.go.id/>, memperkuat kesadaran dan partisipasi pelaku usaha dalam program sertifikasi halal.

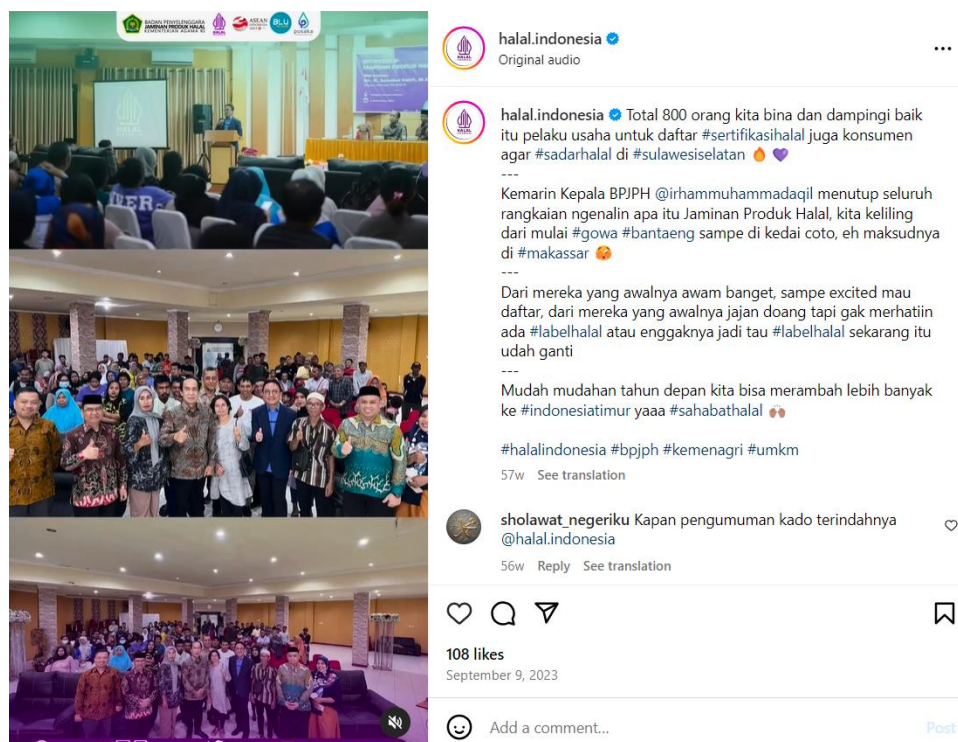


Figure 6. Instagram @halal.indonesia (Instagram, 2023)

5. Share (berbagi)

Langkah terakhir adalah mendorong audiens untuk berbagi pengalaman dengan layanan BPJPH kepada orang lain. Ini dapat dilakukan dengan meminta mereka untuk memberikan ulasan, merekomendasikan kepada teman, pelaku usaha, atau berpartisipasi dalam kontes sosial media. Salah satunya dengan mengadakan Quiz Time dengan #sahabatreligi dengan menggunakan hashtag khusus di media sosial. Serta dapat meminta audience untuk memberikan ulasan di situs web atau platform ulasan lainnya.



Figure 7. Instagram @halal.indonesia

Dengan cara ini, BPJPH dapat memperluas jangkauan merek dan mendapatkan eksposur lebih lanjut melalui pengaruh *word-of-mouth*. Pendaftaran sertifikasi halal atau partisipasi dalam setiap acara yang dibuat oleh BPJPH (BPJPH, 2022). Dalam share (berbagi) penting bagi BPJPH untuk mendorong pelaku usaha berbagi pengalaman positif mereka melalui ulasan, rekomendasi, dan partisipasi dalam kontes sosial media. Secara keseluruhan, model AISAS membuktikan keefektifannya sebagai panduan holistik dalam meningkatkan brand awareness, interaksi pelanggan, dan eksposur brand BPJPH dapat memperoleh manfaat besar dari mengimplementasikan strategi ini.

Diagram ini menunjukkan alur dari menarik perhatian hingga mendorong audiens untuk berbagi pengalaman mereka, meningkatkan brand awareness dan eksposur BPJPH.

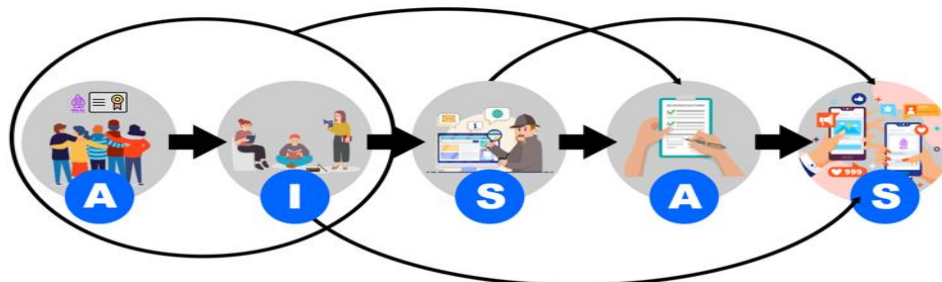


Figure 8. e-Proceeding of Management

KESIMPULAN

BPJPH menggunakan sosial media Instagram untuk menarik perhatian dengan membuat konten edukasi, interaksi, dan informasi sertifikasi halal. Setelah menarik perhatian, minat dibangkitkan melalui konten visual menarik dengan berkolaborasi bersama influencer. Strategi ini efektif meningkatkan kesadaran merek dan minat para pelaku usaha terhadap sertifikasi halal, melalui konten beragam serta program interaktif, sebagaimana kesadaran memiliki dua dimensi: baik kesadaran merek dan juga pengetahuan terhadap produk. (Kotler, n.d.) Dampak Pemilihan media adalah menemukan media yang paling hemat biaya untuk menyampaikan jumlah dan jenis paparan yang diinginkan kepada audiens target. BPJPH juga meningkatkan minat audiens dengan menyediakan informasi komperhensif melalui situs web dan juga media sosial. Program Sertifikasi halal gratis mendorong para pelaku usaha mendapatkan sertifikasi halal. Terakhir BPJPH mendorong audiens berbagi pengalaman

melalui ulasan dan kontes media sosial, memperluas jangkauan merek dan eksposur. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memastikan bahwa Model AISAS telah di terapkan oleh BPJPH, dan secara efektif mampu meningkatkan Brand Awareness serta interaksi pelanggan.

REFERENSI

- BPJPH, H. (2022). Informasi sertifikasi halal [<https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>]. *Sertifikasi Halal*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal>
- Fatharani, C. Q., & Wirasari, I. (2024). Analisis Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Dan Share) Pada Branding Bisnis Fashion Muslim (Studi Kasus: Dian Pelangi). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8348–8457. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10368>
- Hutapea, T. M. (2022, April). <https://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/6435>. <https://Ojs.Uma.Ac.Id/Index.Php/Perspektif/Article/View/6435>, <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6435>.
- Indonesia, H. (2024, Agustus). <https://www.instagram.com/p/C-WwNppB0bm/> [Halal.Indonesia]. Kesadaran Merk Bagi Pelaku Usaha Untuk Mensertifikasi Halal Produknya. <https://www.instagram.com/p/C-WwNppB0bm/>
- Kotler, K. (n.d.). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc. © 2016.
- Niam, M. fathun. (maret). 567869-metode-penelitian-kualitatif-2f9b8359. In *Metode penelitian kualitatif* (2024th ed., Vol. 1). Widina Media Utama.
- Pretty, K., Utamidewi, W., & Kusumaningrum, R. (2024). Strategi Humas Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam Membentuk Brand Awareness. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1334–1343. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.1077>
- Sholina, N. L. N., & Salim, A. (2024). *PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL (BPJPH) SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT TERKAIT SERTIFIKAT HALAL*. 6(3).