

PERILAKU BERBAGI INFORMASI PANGAN HALAL PADA KOMUNITAS VIRTUAL DI INSTAGRAM

ADINDA TESSA NAUMI



**KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN PEDESAAN
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI DISERTASI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa disertasi dengan judul “Perilaku Berbagi Informasi Pangan Halal pada Komunitas Virtual di Instagram” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir disertasi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024
Adinda Tessa Naumi
I362190221

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

ADINDA TESSA NAUMI. Perilaku Berbagi Informasi Pangan Halal pada Komunitas Virtual di Instagram. Dibimbing oleh SUMARDJO, SITI AMANAH, dan DWI RETNO HAPSARI.

Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau yang dilarang dikonsumsi umat Islam (PP 1999). Mengonsumsi pangan halal tidak hanya bentuk kepatuhan pada syariat, namun juga mempunyai dimensi kesehatan dimana pangan halal dan *toyyib* dikorelasikan sebagai pangan yang berkualitas dan aman. Indonesia mempunyai jumlah penduduk Muslim yang besar, sehingga isu pangan halal menjadi penting khususnya untuk mendukung pemerintahan membangun ekosistem halal di Indonesia.

Ada beberapa tantangan dan mispersepsi yang dihadapi dalam membentuk ekosistem halal di Indonesia. Strategi yang dilakukan adalah dengan menumbuhkan kesadaran masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi mengenai gaya hidup halal. Pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sudah melakukan sosialisasi mengenai produk halal, namun upaya ini perlu dukungan dari semua pihak. Salah satu komunitas yang aktif dalam berbagi informasi pangan halal melalui Instagram adalah komunitas Halal Corner. Sejak tahun 2013 Komunitas Halal Corner sudah melakukan posting konten mengenai gaya hidup halal di Instagram.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa cara baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi. Komunitas virtual melalui media sosial Instagram membagi konten pangan halal yang dikonsumsi *followersnya* untuk kemudian dibagikan kembali ke sesama pengguna Instagram, ke pengguna media sosial lainnya dan masyarakat. Komunitas virtual dapat membentuk jaringan informasi dan membentuk rutinitas dalam pemanfaatan media. Penelitian ini berfokus pada generasi Y atau milenial karena konsumen milenial merupakan basis konsumen yang besar dan masuk dalam usia produktif serta generasi milenial juga dikenal sebagai “*digital native*” dan banyak menghabiskan waktu di Internet. Berbagi informasi melalui Instagram mengenai pentingnya halal diharapkan mampu membangun kesadaran milenial dan masyarakat umumnya mengenai produk pangan halal.

Penelitian ini menggunakan teori *social action media studies theory* dan *multistep flow communication model* untuk mengonstruksi konten media dan melihat interaksi antar aktor dan pemimpin opini dalam berbagi informasi pangan halal di Instagram halal Corner. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian adalah: (1) Menganalisis perilaku pemanfaatan Instagram sebagai sarana berbagi informasi pangan halal oleh komunitas virtual Halal Corner. (2) Mengonstruksi alur komunikasi komunitas virtual *Halal Corner* dalam berbagi informasi pangan halal. (3) Mengidentifikasi tema-tema pangan halal penting, tipologi anggota komunitas virtual dan nominasi pemimpin opini dalam berbagi informasi pangan halal di Instagram Halal Corner. (4) Dihasilkannya model komunikasi berbagi informasi pangan halal.

Penelitian ini merumuskan alasan *followers* dan pengurus Halal Corner memanfaatkan Instagram dalam berbagi informasi pangan halal, yaitu: (1) kemudahan berkomunikasi, (2) keterhubungan sosial, (3) kemudahan dalam

produksi konten, (4) karakteristik konten dan fitur, dan (5) konten pangan halal di Instagram Halal Corner terpercaya.

Berbagi informasi pangan halal di Instagram Halal Corner dimulai dari proses produksi konten, selanjutnya admin Instagram Halal Corner memposting konten. Konten pangan halal di Instagram Halal Corner bisa diakses bebas oleh *follower* dan pengguna Instagram lain. Umpan balik yang diberikan pengguna melalui komentar, pesan Instagram, dan emotikon suka. Komentar yang diberikan *followers* berupa saran, penegasan, pertanyaan diluar topik atau tema bahasan dan ucapan terima kasih. Efek berbagi informasi pangan di Instagram Halal Corner antara lain: menambah pengetahuan, sebagai sumber referensi, dan pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian, memberikan dukungan, ketenangan, berbagi konten, berbagi informasi, menyimpan konten, dan pemilihan produk pangan untuk di konsumsi.

Instagram Halal Corner memuat berbagai informasi gaya hidup halal dan tema pangan utama yang penting bagi *followers* adalah info produk halal viral, informasi produk halal, informasi bahan pangan, dan titik kritis. Tema-tema penting ini memberikan informasi dan pengetahuan bagi *followers* yang dapat memandu pemilihan produk pangan yang akan dikonsumsi. Riset ini juga mengungkapkan keberadaan pemimpin opini di lingkungan Instagram Halal Corner dan juga beragam peran *followers* dalam berbagi informasi pangan halal seperti *seeker*, *broker*, dan *active broker*.

Berbagi informasi pangan halal oleh komunitas Halal Corner melibatkan masyarakat dan *stakeholders*, dan hal ini dapat dianalisis melalui interaksi konten dan *followers*, *followers* dan pengguna, serta *followers* dan masyarakat. Sedangkan hubungan dengan *stakeholders* dapat dilihat melalui keikutsertaan komunitas Halal Corner dalam program atau agenda kegiatan yang dilaksanakan oleh *stakeholders*. *Stakeholders* juga menjadi sumber referensi untuk konten pangan halal Instagram Halal Corner. *Stakeholders* yang terlibat dalam literasi halal di Indonesia antara lain: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), *Halal Centre*, serta Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Instagram dapat menjadi sarana potensial sebagai media literasi pangan halal bagi milenial, namun tidak seluruh masyarakat Indonesia tersentuh media sosial, maka dari itu komunitas Halal Corner melakukan literasi halal tidak hanya melalui media *online* namun juga melalui kegiatan-kegiatan *offline*. Pemanfaatan dan kombinasi berbagai medium dalam literasi pangan halal sangat diperlukan untuk menjangkau seluruh masyarakat Muslim Indonesia.

Kata kunci: pemanfaatan media sosial, komunitas virtual, pangan halal, komunitas penggiat halal, pemimpin opini virtual



SUMMARY

ADINDA TESSA NAUMI. Sharing Practices of Halal Food Information in Virtual Communities on Instagram. Supervised by SUMARDJO, SITI AMANAH, and DWI RETNO HAPSARI.

Halal food refers to food items that do not contain ingredients or substances prohibited for Muslims (PP 1999). Consuming halal food is not merely an act of religious obedience but also carries health implications, as halal and *toyyib* food is perceived to be of high quality and safe. Given Indonesia's significant Muslim population, addressing halal food issues is crucial to support the development of a halal ecosystem in the country.

Several challenges and misconceptions exist in building a halal ecosystem in Indonesia. The strategy employed involves raising public awareness through socialization and education regarding halal lifestyles. The government, through the Halal Product Assurance Organizing Agency (BPJPH), has conducted campaigns regarding halal products, yet support from various stakeholders remains essential. One active community in sharing information about halal food through the Instagram platform is the Halal Corner Community. Since 2013, the Halal Corner Community has consistently disseminated content related to halal lifestyles on Instagram

The advancement of information and communication technology has introduced new avenues for societal interaction. With the emergence of virtual communities on social media platforms such as Instagram, content related to halal food has become increasingly accessible and shareable among users. These virtual communities establish active networks of information exchange and acclimate themselves to utilizing media regularly. This research focuses on the Y generation, commonly known as millennials, as they constitute a significant consumer base, are digitally active, and spend substantial time in the online realm.

The study employs the social action media studies theory and the multistep flow communication model to comprehend the construction of media content, interactions among actors, and opinion leaders within the virtual community of Halal Corner on Instagram. Consequently, this study aims to: (1) analyze the utilization of Instagram as a tool for the virtual community Halal Corner in disseminating information about halal food, (2) understand the communication flow within this community, (3) identify key themes regarding halal food, typologies of virtual community members, and nomination of opinion leaders in sharing halal food information on Instagram Halal Corner, (4) develop an effective communication model for disseminating information about halal food.

This study indicates the reasons why Halal Corner followers and admin use Instagram to *share* halal food information, namely: (1) its ease of communication, (2) social connectivity, (3) ease of content creation, (4) available content characteristics and features, (5) and trust in halal food content on Instagram's Halal Corner.

The process of sharing information about halal food on Instagram's Halal Corner begins with content creation, which is then posted by the Instagram Halal Corner admin. Halal food content on Instagram's Halal Corner can be freely accessed by followers and other Instagram users. Users provide feedback through

comments, Instagram messages, and likes. Feedback from followers includes suggestions, supportive opinions, off-topic questions, or expressions of gratitude. The impacts of sharing information about halal food on Instagram's Halal Corner include enhancing knowledge, serving as a reference source, influencing purchasing decisions, providing support and reassurance, sharing content and information with other users, saving content, and selecting food products for consumption

The Instagram Halal Corner page contains a wealth of information on halal lifestyle and key food-related topics that are important to followers, such as details on popular halal products, specific halal product information, details on food ingredients, and critical points. These topics offer followers knowledge and insights to assist them in selecting food products for consumption. Additionally, this study identifies the presence of opinion leaders within the Instagram Halal Corner community, as well as various roles played by followers in sharing information about halal food, including information seekers, seeker, broker, and active broker. The Halal Corner community plays a role in disseminating information about halal food by involving the public and relevant stakeholders, which can be analyzed through interactions between content and followers, followers and other users, as well as followers and the wider community. Engagement with stakeholders is also evident through the participation of the Halal Corner community in programs or activities organized by stakeholders. Stakeholders also serve as a source of reference for content related to halal food on Instagram's Halal Corner. Some stakeholders involved in halal literacy in Indonesia include the Halal Product Assurance Organizing Agency (BPJPH), the Food, Drug, and Cosmetic Assessment Institute of the Indonesian Council of Ulama (LPPOM MUI), Halal Centers, and the National Committee for Sharia Economics and Finance (KNEKS). While Instagram can be an effective tool for halal food literacy among millennials, not all Indonesians have access to social media. Therefore, the Halal Corner community conducts halal literacy efforts not only online but also through offline activities. Utilizing a combination of media in halal food literacy efforts is crucial to reach the entire Muslim community in Indonesia.

Keywords: social media utilization, virtual communities, halal food, halal enthusiast communities, virtual opinion leaders





- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERILAKU BERBAGI INFORMASI PANGAN HALAL PADA KOMUNITAS VIRTUAL DI INSTAGRAM

ADINDA TESSA NAUMI

Disertasi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor
pada Program Studi Komunikasi Pembangunan

**KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN PEDESAAN
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji Luar Komisi Pembimbing pada Ujian Tertutup Disertasi:

- 1 Dr. Ir. Djuara P Lubis, M.S.
- 2 Dr. Sik Sumaedi. ST, MSM.

Promotor Luar Komisi Pembimbing pada Sidang Promosi Terbuka Disertasi:

- 1 Dr. Ir. Djuara P Lubis, M.S.
- 2 Dr. Sik Sumaedi. ST, MSM.



Judul Disertasi : Perilaku Berbagi Informasi Pangan Halal pada Komunitas Virtual di Instagram
Nama : Adinda Tessa Naumi
NIM : I362190221

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Sumardjo, M.S

Pembimbing 2:
Dr. Ir. Siti Amanah, M.Sc

Pembimbing 3:
Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M.Si

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Sarwititi Sarwoprasodjo, M.S
NIP. 96309041990022001

Dekan Fakultas Ekologi Manusia
Dr. Sofyan Sjaf, S.Pt., M.Si
NIP. 197810032009121003

Tanggal Ujian Tertutup:
(6 Mei 2024)

Tanggal Lulus: 23 JUL 2024

Tanggal Ujian Terbuka:
(11 Juni 2024)



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang diajukan dalam Disertasi adalah pemanfaatan media komunikasi dengan judul “Perilaku Berbagi Informasi Pangan Halal pada Komunitas Virtual di Instagram”. Disertasi ini mengeksplor tema pangan halal penting, tipologi anggota, dan keberadaan pemimpin opini di komunitas virtual.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, yakni Prof. Dr. Ir. Sumardjo, M.S, Dr. Ir. Siti Amanah, M.Sc dan Dr. Dwi Retno Hapsari, SP.,M.Si, yang telah membimbing dan banyak memberi saran kepada penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada penguji luar komisi pada ujian tertutup dan terbuka yaitu Dr. Djuara P Lubis, MS dan Dr. Sik Sumaedi. ST, MSM yang telah memberikan masukan dan arahan untuk melengkapi disertasi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada pengurus komunitas Halal Corner, BPJPH, KNEKS, LPPOM MUI, *Halal Science Centre* (HSC) IPB dan seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini.

Ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada keluarga dan juga semua pihak yang telah memberikan dukungan untuk Disertasi ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Adinda Tessa Naumi
I362190221



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Berbagi Informasi Pangan Halal	11
2.2 TIK dan Pesan Pembangunan	16
2.3 <i>Multistep Flow Communication model</i> dalam Komunitas Virtual	19
2.4 Instagram dan <i>Social Action Media Studies Theory</i>	24
2.5 <i>State of The Art</i>	30
2.6 Kerangka Berpikir	39
III METODE	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Unit Analisis	44
3.3 Sumber Data	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	51
3.6 Validasi dalam Penelitian Kualitatif	52
IV GAMBARAN UMUM KOMUNITAS HALAL CORNER	55
4.1 Sejarah Komunitas Halal Corner	55
4.2 Gambaran Umum Instagram Halal Corner	57
4.4 Karakteristik Informan Penelitian	58
V HASIL DAN PEMBAHASAN	61
5.1 Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Berbagi informasi Pangan Halal oleh Komunitas Virtual Halal Corner	61
5.2 Proses Komunikasi Komunitas Virtual Halal Corner di Instagram	92
5.3 Interpretasi Informasi Pangan Halal di Instagram Halal Corner	112
5.4 Model Komunikasi Berbagi Informasi Pangan Halal di Instagram Halal Corner	130



VI PEMBAHASAN UMUM DAN IMPLIKASINYA	159
6.1 Pembahasan Umum	159
6.2 Implikasi Teori	162
6.3 Implikasi Praktis	163
6.4 Kebaruan (<i>Novelty</i>)	166
VII SIMPULAN DAN SARAN	169
7.1 Simpulan	169
7.2 Saran	170
DAFTAR PUSTAKA	173
LAMPIRAN	187
RIWAYAT HIDUP	

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Fase-fase evolusi industri pangan halal	14
2	Penelitian terdahulu dengan <i>multistep flow communication model</i>	23
3	Penelitian terdahulu dengan <i>social action media studies teori</i>	29
4	Hasil penelusuran media sosial komunitas virtual penggiat gaya hidup Halal	45
5	Tujuan penelitian, fokus analisis, teknik pengumpulan data, sumber data penelitian	49
6	Inisial, jenis kelamin, usia, jabatan, pekerjaan, domisili, pengurus Halal Corner, 2023	58
7	Inisial, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, domisili <i>followers</i> Instagram Halal Corner, 2023	59
8	Kategori kemudahan berkomunikasi	63
9	Akun preferensi pengguna <i>followers</i> Halal Corner	67
10	Jumlah konten gambar dan video yang diposting pada Instagram Halal Corner pada bulan Februari sampai April 2022	82
11	Format dan judul lima konten pangan halal dengan <i>account reach</i> tertinggi di bulan Februari sampai Maret 2022	82
12	Sumber dan judul konten pangan halal di Instagram Halal Corner pada bulan Februari sampai April 2022	88
13	Rentang waktu pemanfaatan Instagram <i>followers</i>	94
14	Rentang waktu mengikuti Instagram Halal Corner	94
15	Profil demografi audiens META	97
16	Umpan balik <i>followers</i> Instagram Halal Corner	99
17	Efek konten pangan halal Instagram Halal Corner	104
18	Pengetahuan produk halal <i>followers</i> Instagram Halal Corner	115
19	Judul dan tema sepuluh konten pangan halal dengan jumlah <i>reach</i> tertinggi pada bulan Februari sampai April 2022	116
20	Judul dan tema sepuluh konten pangan halal dengan jumlah <i>post interction</i> tertinggi pada bulan Februari sampai April 2022	117
21	Kegiatan, jangkauan dan <i>stakeholders</i> yang terlibat dalam program literasi halal BPJPH	132
22	Kegiatan, jangkauan dan <i>stakeholders</i> yang terlibat dalam program literasi halal KNEKS	140
23	Kegiatan, jangkauan dan <i>stakeholders</i> yang terlibat dalam program literasi halal LPPOM MUI	141
24	Kegiatan, jangkauan dan <i>stakeholders</i> yang terlibat dalam program literasi halal HSC IPB	143
25	Perbandingan usia <i>followers</i> dan masyarakat	153
26	Perbandingan tingkat pendidikan <i>followers</i> dan masyarakat	154

DAFTAR GAMBAR

1	<i>Multistep flow communication model</i>	22
2	Bagan <i>state of the art</i> berbagi informasi di komunitas virtual	37
3	Kerangka berpikir perilaku berbagi informasi pangan halal pada komunitas virtual di Instagram	40
4	Tahapan penelitian	44
5	Analisis data etnografi virtual	51
6	Perkembangan komunitas dan Instagram Halal Corner	56
7	Logo komunitas Halal Corner	57
8	Struktur tim Instagram Halal Corner	57
9	Tampilan Instagram Halal Corner	58
10	Visualisasi pemanfaatan Instagram	61
11	Visualisasi kemudahan berkomunikasi	62
12	Visualisasi keterhubungan sosial	66
13	Proses produksi konten Instagram Halal Corner	70
14	Visualisasi karakteristik konten dan fitur	78
15	Posisi gambar pada konten Instagram Halal Corners	81
16	Visualiasasi Instagram Halal Corner terpercaya	86
17	Konten Instagram Halal Corner	86
18	<i>Accounts reached</i> konten pangan halal di Instagram Halal Corner bulan Februari- April 2022	92
19	Partisipan dalam berbagi informasi di Instagram Halal Corner	93
20	Proses komunikasi berbagi informasi pangan halal	108
21	Tema pangan halal penting menurut <i>followers</i>	118
22	Visualisasi nominasi pemimpin opini oleh <i>followers</i>	121
23	Kriteria pemimpin opini menurut pakar domain	122
24	Visualisasi nominasi pemimpin opini oleh pengurus	123
25	Aktivitas <i>followers</i> di Instagram Halal Corner	125
26	Perbandingan <i>post interction</i> dan <i>accounts reached</i> konten pangan halal di bulan Februari-Maret 2022	127
27	Stan BPJPH di Muslim Life Fest 2023	134
28	Konten Instagram BPJPH tanggal 23 November 2022	136
29	Konten informasi titik kritis di Instagram halal.indonesia	137
30	Model berbagi informasi pangan halal	155

DAFTAR LAMPIRAN

- 1 Grafik rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas Makanan 2015-2019
- 2 Jumlah pengguna internet di Indonesia
- 3 Rangkuman telaah sistematik artikel ilmiah menurut tiga pengelompokan
- 4 *Accounts Reached* Konten Pangan Halal di Instagram Halal Corner Februari-April 2022
- 5 Profil Demografi Audiens Meta
- 6 Daftar konten Halal Corner bulan Februari-Maret 2022
- 7 Rangkuman aktivitas *followers* Instagram Halal Corner
- 8 Daftar *post interaction* dan *accounts reached* Instagram Halal Corner
Persentase penduduk di Indonesia yang mengakses internet menurut generasi
- 9 Daftar konten Halal Corner bulan Februari-Maret 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.