JURNAL RISET KOMUNIKASI
Vol. 15 No. 2 Desember 2024
P-ISSN 2087-7463
E-ISSN 2686-4754
DOI : 10.31506/JRK..V15i1.29130

Global Halal Lifestyle : Transformasi *Spiritual Concern* kepada *Healthy and Quality Concern* Dalam Agama Digital

Ikhsan ahmad [1] Dody S,Truna [2] Ahmad Gibson [3]
[1](Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)
[2,3](Program Studi SAA, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati)
Email: ikhsan@untirta.ac.id. (email penulis utama/korespondensi)

Kata kunci :
Global, Halal Lifestyle, Transformasi, spiritual concern, Healthy, Quality, Agama, Digital

Abstrak
Halal adalah inti syariat dari ajaran Islam. Fatwa halal pada awalnya adalah otoritas Kyai. Berkembang menjadi otoritas fatwa MUI sebagai representasi *civil society*. Kini jaminan produk halal menjadi otoritas negara yang bersifat mandatory. Jaminan produk halal sebagai *spiritual safety concern* lambat laun berkembang menjadi *quality and health concern.* Media agama digital, mengangkat folosofis halal sebagai kebutuhan asasi manusia secara universal, yakni kesehatan, keselamatan, kesejahteraan dan kenyamanan. Tanpa memandang ras, suku, agama dan batas negara. Halal tidak lagi dipandang menjadi urusan agama. Transformasi nilai halal dalam media agama digital diangkat sebagai kesadaran untuk mendapatkan kualitas dan perlindungan hukum konsumen. Kesadaran ini membentuk halal lifestyle. Banyak negara dengan penduduk minoritas Muslim, seperti Amerika, Kanada, Brazil, China, Korea Selatan dan China mendirikan pusat riset halal dalam kerangka memproduksi produk halal untuk memenuhi pasar global sekaligus menjadi pasar bagi produk halal di negaranya.

Keywords :
Global, Halal Lifestyle, Transformation, spiritual concern, Healthy, Quality, Religion, Digital

Abstract
Halal is the core of the sharia of Islamic teachings. The halal fatwa was initially the authority of Kyai. Developed into the authority of the MUI fatwa as a representation of civil society. Now halal product assurance is a mandatory state authority. Halal product assurance as a spiritual safety concern has gradually developed into a quality and health concern. Digital religious media elevates halal philosophy as a universal human need, namely health, safety, welfare and comfort. Regardless of race, ethnicity, religion and national borders. Halal is no longer seen as a religious affair. The transformation of halal values in digital religious media is raised as an awareness to obtain quality and legal protection for consumers. This awareness forms a halal lifestyle. Many countries with Muslim minority populations, such as the United States, Canada, Brazil, China, South Korea and China, have established halal research centers in the framework of producing halal products to meet the global market as well as become a market for halal products in their countries.

PENDAHULUAN

Digitalisasi menjadi istilah yang mengemuka dalam satu dasawarsa ke belakang. Perkembangan digitalisasi didorong oleh pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Tidak ada yang menyangka bahwa digitalisasi bukan saja mendorong proses perubahan kehidupan yang dituntut untuk lebih efisien dan efektif tetapi juga memasuki ruang privat keagamaan. Dahulu ketika media komunikasi masih bersifat analog, tampilan representasi kehidupan dalam media telah dikonstruksi terlebih dahulu. Sehingga dampak dari identitas penonton yang terbentuk berjalan searah hanya dari pengelola media. Berbeda dengan sistem digital, melibatkan respon secara aktif dari penerima atau pembaca sebagai feedback kepada pengelola media. Selanjutnya digitalisasi menunjuk kepada kepentingan yang memungkinkan menjangkau khalayak secara luas yang hendak diangkat secara massif dalam dunia maya.

Digitalisasi agama saat ini hampir memasuki semua ajaran agama dalam kerangka melakukan aktifitas keagamaan, menyebarkan siar agama dan membangun pengaruh para tokoh agama di dalamnya. Artikulasi keagamaan menjadi lebih mudah dipahami akibat interaksi digital yang cepat, murah dan bisa diakses kapan saja. Secara teoritis media digital agama yang berisi konten agama (agama media) atau dengan istilah lain, agama siber adalah pembelajaran keagamaan dalam dunia digital yang mengubah cara pandang doktrin keagamaan yang mengkonstruksi masyarakat dan menciptakan budaya baru. Agama Digital lahir dari konteks sosial tumbuhnya budaya masyarakat digital (Helland, 2005), berkorelasi dengan budaya digital yang mencakup modernisasi teori maupun praktik keagamaan dalam media elektronik berbasis internet.

Helland (2016) mendefinisikan agama digital sebagai perpaduan kemajuan dunia digital, keyakinan umat beragama dan praktek keagamaan kontemporer. Minat masyarakat dalam dunia maya terhadap agama dalam media digital juga meningkat. Hal ini diungkap oleh Lövheim, dikatakan agama digital membahas berbagai pertanyaan menyakut praktek ibadah dan pembahasan tentang ke-Tuhanan (Lövheim & Campbell, 2017, hlm. 6–7). Diakui, digitalisasi agama memberikan manfaat sekaligus kritik bagi para

penganutnya. Perkembangan pesat teknologi komunikasi dan informasi, menyebabkan pendekatan keagamaan harus dapat memformulasikan metodologis dan memetakan teologisnya. Artinya, Agama Digital mesti mampu merespons canggihnya perkembangan teknologi. (Horri M, 2020, hlm. 6).

Salah satu keberhasilan agama digital dalam mengangkat ajaran syariat agama menjadi *living religion* adalah syariat halal. Menampilkan komunikasi pemasaran dengan dakwah. Syiar agama dalam dakwah digabungkan dengan tehnik dan strategi menawarkan produk halal dengan mencantumkan komposisi produk secara jujur dengan harga yang sesuai dengan nilai jual produk. Strategi komunikasi pemasaran dikemas untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Agama digital membangun ruang filosofis halal sebagai kebutuhan asasi manusia secara universal. Mengangkat masalah kesehatan, keselamatan, kesejahteraan dan kebaikan dalam menjalani hidup. Halal ditampilkan selain untuk memenuhi persyaratan kemanan spiritual (*spiritual safety concern*) juga diangkat sebagai standar kualitas, keamanan& kesehatan suatu produk (*Quality and Health concern*). Perspektif *Quality and Health concern* membentuk Halal *lifestyle* di seantero penjuru dunia. Hal inilah yang menjadi kesadaran bagi konsumen terhadap pentingnya mutu dan keamanan suatu produk. Kesadaran ini menggeser persepsi global bahwa halal tidak lagi dipandang sebagai urusan agama semata tetapi menjadi pilihan hidup untuk mendapatkan kualitas dan perlindungan hukum konsumen.

Terbentuknya Global halal *lifestyle* menjadi ukuran bahwa labelitas halal adalah jaminan atas produk yang higienis, aman dikonsumsi. Secara meyakinkan produk halal dipandang sebagai produk yang bersih dan sehat. Produk halal dipandang sebagai kebutuhan asasi manusia tanpa memandang ras, agama, budaya, dan lintas geografis suatu negara. Produk halal menjamin kepastian hukum jika ada ketidakjujuran produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Agama digital diperkirakan menjadi salah satu faktor pendorong terbentuknya halal lifestyle. Data Mastercard dan Crescent Rating (2022) mencatat, konten halal dalam agama media menyentuh populasi umat Islam di dunia yang saat ini mencapai 2 miliar orang. Populasi umat muslim tersebar di 200 negara. Populasi umat muslim setara

dengan 25% populasi global. Populasi umat muslim terbesar, sekitar 67% di kawasan Asia. Sebarannya senagai berikut: 35,6% berada di Asia Selatan, 13,8% berada di Asia Tenggara, 12,7% berada di Asia Barat, 3,4% berada di Asia Tengah, dan 1,5% berada di Asia Timur. Selain di Asia, terdapat di Sub-Sahara Afrika, 17,9%, Afrika Utara 12%, Eropa 2,7%. Sisanya, sebanyak 0,4% tersebar wilayah lainnya. Populasi muslim laki-laki sebesar 50,8%. 49,2% adalah perempuan (kata data, 2022).

Dampak dari agama digital terkait produk halal, membuat banyak negara membidik pasar halal dunia dengan cermat. Negara dengan minoritas penduduk Muslim menjadi produsen produk halal dengan mendirikan berbagai lembaga riset halal, seperti di negara Selandia Baru, Australia, Amerika dan Kanada. Negara-negara, seperti diantaranya Amerika Serikat, Kanada, Australia dan Selandia Baru dan negara-negara di Eropa mendirikan berbagai pusat kajian dan riset produk halal dalam kerangka membangun pasar ekspor yang berkualitas dan aman. Tujuannya adalah membidik pasar halal dibanyak negara muslim. Kendati di dalam negeri negara-negara tersebut produk halal semakin diminati. Produk halal menjadi standar kualitas produk yang diatur oleh Good Manufacturing Practices (GMP) dan ISO9000/Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) (pusat studi halal universitas Brawijaya, 2020). China, Rusia, Brazil dan India menjadi negara-negara yang sukses memasarkan produk halal dengan harga yang terjangkau dan berkualitas.

Unggas menjadi produk halal unggulan yang diekspor Brasil ke berbagai negara muslin, terutama di Timur Tengah. Negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI) mengimport sapi dari Australia. Sedangkan produk halal China membanjiri pasar oleh-oleh ibadah haji di Arab Saudi, seperti sajadah, peci, boneka unta, dan lain sebagainya. Wisata halal dunia menjadi salah satu tujuan destinasi wisata halal di Korea Selatan. Industri halal dicanangkan sebagai sebagai instrument utama perdagangan di Jepang. Thailand saat ini tengah mengembangkan ekonomi halal yang berorientasi ke dalam negerinya dan perdagangan global. Sedangkan pusat Islamic finenace dicanangkan oleh Inggris.

Konten halal dalam agama media mengkorelasikan antara kesehatan, sistem kepercayaan dalam agama dan media baru (internet). Living religion yang dibangun adalah bahwa kesehatan

bergantung dari kepercayaan yang dianut oleh seseorang. Kepercayaan bergantung dari kesadaran menjaga *healthy lifestyle* dalam keyakinannya. Keyakinan bergantung kepada pemahaman agama. Pemahaman agama dibentuk dalam budaya baru dunia digital (agama digital). Agama digital menjadi dasar yang kokoh menjaga pengaruh kepercayaan dan kesehatan menjaga nilai-nilai kebaikan materil maupun spiritual (halal). Dalam perspektif agama digital, pembangunan kesehatan masyarakat terletak pada edukasi yang dilakukan secara dinamis untuk mendapatkan produk yang dapat memberi manfaat bagi diri dan keluarganya sebagai pilihan sadar untuk hidup sehat secara lahiriyah dan bathiniyah.

Konten halal dalam agama digital menjadi linier dengan apa yang digariskan oleh WHO dalam membangun kualitas kebijakan kesehatan masyarakat, yakni (1) pendekatan holistik teridri dari dimensi fisik, mental, sosial dan spiritual; (2) partisipatori, terdiri dari partisipasi masyarakat; (3) kebijakan kesehatan yang meningkatkan kondusifitas kesehatan masyarakat; (4) keadilan dan pelayanan kesehatan yang merata; (5) Efisiensi dan efektifitas pelayanan kesehatan; (6) kualitas pelayanan kesehatan; (7) pemberdayaan masyarakat rentan dan terpencil; (8) keyakinan masyarakat atas pelayanan yang diberikan.

Syraiat halal dalam perspektif agama digital memberikan pandangan bahwa kesehatan masyarakat akan semakin baik ketika kesadaran masyarakat untuk hidup sehat telah terbentuk. Kesadaran tersebut akan membentuk budaya, baik sebagai *lifestyle* maupun budaya sebagai sistem kehidupan yang menjaga kelangsungan hidup maslahat. Artinya pembangunan kesehatan masyarakat berkaitan dengan kemampuan menghindari atau menolak hal-hal yang bersifat mudharat pada seluruh siklus kehidupan hanya akan dapat dijalani dengan cara menerapkan *halal value chain.* Kesehatan menjadi konteks sosial dominan yang muncul dalam memahami halal dalam agama digital. Kesehatan merupakan modal utama untuk meningkatkan produktivitas ekonomi. Kesehatan dijadikan ukuran dalam capaian keberhasilan pendidikan dan kualitas SDM dalam suatu pembangunan (Todaro, 2011). Derajat tingkat kesehatan yang baik dalam suatu masyarakat disepakati sebagai indikator pengentasan kemiskinan dan

pemerataan Pembangunan secara berkelanjutan (Widad dan Wilantari, 2018).

Agama media menjadikan hakikat pembangunan kesehatan masyarakat sebagai fokus pembangunan manusia seutuhnya yang bertujuan mewujudkan kehidupan yang sehat bagi setiap orang. Keberhasilan pembangunan kesehatan masyarakat diukur dari derajat optimalisasi kesehatan yang terpenuhi atas semua faktor yang dapat memberi kontribusi terhadap hidup sehat (*healthy life*) terhadap individu dan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Campbell (2010) agama digital memberi ruang terhadap cara pandang yang baru dalam kontruksi dan budaya keagamaan suatu masyarakat. Campbell menyatakan bahwa agama digital adalah perpaduan antara kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan pemahaman agama yang diyakini untuk menjangkau publik secara masif. Studi agama digital memiliki relevansinya terhadap peningkatan jumlah pengguna internet yang terintegrasi dengan cara baru berkomunikasi dan berinteraksi untuk menampilkan teks serta visual teologi dalam dunia maya. Korelasi antara teknologi dan agama membangun budaya baru dalam beragama, yakni praktek keagamaan tak bisa dilepaskan dari jaringan internet dan informasi. Tantangan dalam agama digital adalah kesalahkaprahan dalam memandang dan menjadikan media agama digital sebagai otoritas keagamaan yang dapat menggantikan ilmuan agama dan lembaga otoritatif keagamaan.

METODE PENELITIAN

Pertanyaan riset *(Research Question)* dalam kajian literatur *(Literature Review)* ini adalah bagaimana konsepsi Agama Digital *(Digital Religion)* dapat meyakinkan dan membentuk budaya halal secara universal. Bentuk dari kajian ini adalah telaah terhadap kata kunci topik bahasan kajian dalam bahan-bahan ilmiah, seperti jurnal, buku, dan bahan-bahan tertulis lainnya (Perry, 2022). Analisis terhadap kata kunci yang didapat dari kajian literatur ini menjadi formulasi ilmiah yang ditujukan sebagai jawaban sementara atas pertanyaan kajian yang diajukan dari tahapan mengidentifikasi persoalan, pembahasan masalah sampai dengan pengambilan kesimpulan (Gearing & Alonzo, 2018).

Untuk menjawab pertanyaan riset juga dilakukan menggunakan metode analisis konten sebagai sebuah upaya untuk membedah teks agar dapat mendapatkan makna terhadap karakteristik pesan yang

ada dalam teks. Pemaknaan ini akan sangat membantu membangun validasi kajian dalam bentuk triangulasi kajian (Woods, Nelson, 2011, h 100 - 121). Pendekatan konten analisis dimaksudkan sebagai bagian dari upaya mengintegrasikan temuan-temuan naskah yang didapat dalam sumber kajian untuk diklasifikasi berdasarkan kategorisasi kebutuhan kajian (Woods, Nelson, 2011, h 100).

Sumber kajian literatur ini didapat dari semua link yang memungkinkan penulis mendapatkan gambaran lengkap terhadap topik kajian, mulai dari pemahaman agama digital hingga kepada pengertian halal lifestyle. Peneliti membatasi pencarian literatur pada kata kunci Agama Digital, digitalisasi, halal, halalifestyle dan religion. ‘

pemahaman agama yang diyakini untuk menjangkau publik secara masif. Studi agama digital memiliki relevansinya terhadap peningkatan jumlah pengguna internet yang terintegrasi dengan cara baru berkomunikasi dan berinteraksi untuk menampilkan teks serta visual teologi dalam dunia maya. Korelasi antara teknologi dan agama membangun budaya baru dalam beragama, yakni praktek keagamaan tak bisa dilepaskan dari jaringan internet dan informasi. Tantangan dalam agama digital adalah kesalahkaprahan dalam memandang dan menjadikan media agama digital sebagai otoritas keagamaan yang dapat menggantikan ilmuan agama dan lembaga otoritatif keagamaan.

PEMBAHASAN

A. Konsepsi Halal Dalam Media Agama Digital dan Isu Lingkungan

Pembahasan halal dalam media agama digital tidak lahir dari ruang kosong. Ia memiliki konteks sosial dalam isu lingkungan dan kebudayaannya. Interaksi diantara keduanya saling mempengaruhi. Kritik terhadap eksploitasi yang dilakukan manusia terhadap lingkungannya menjadi salah satu concern isu keagamaan. Manusia yang dianggap sebagai mahluk paling sempurna hampir diseluruh teks kitab suci keagamaan diamanahkan agar dapat menjaga lingkungannya, baik langsung maupun tidak langsung. Disisi lain isu lingkungan merupakan isu strategis dalam pembangunan yang selalu mempertanyakan keberadaan pembangunan untuk ikut andil menciptakan kehidupan yang lestari bagi seluruh komponen yang terlibat secara adil. Persoalan keadilan menjadi masalah klasik yang selalu

dicarikan formulanya agar menjadi keseimbangan dalam kehidupan manusia. Bersikap dan bertindak adil menjadi ukuran kesholehan sosial.

Isu lingkungan akan selalu saling tarik menarik antara kepentingan pembangunan dan pelestarian lingkungan. Dampak dari suatu pembangunan akan selalu ada terhadap lingkungan, aspek sosial, budaya, agama dan kesehatan masyarakatnya. Tata kelola lingkungan turut menjadi tantangan dalam dalam kehidupan agama yang menuntut tanggungjawab sosial, daya dukung terhadap pengelolaan dampak pembangunan kepada masyarakat, terutama kesinambungan pembangunan kesehatan masyarakat sebagai salah satu tuntunan agama.

Keberadaan Pembangunan, terutama industri berdampak kepada kehidupan masyarakat di sekitarnya, seperti perubahan pola pendapatan, ketenagakerjaan, kelayakan hidup dan persoalan kesehatan. Keempat hal ini berpengaruh terhadap praktek keagamaan yang mengikutinya. Secara umum di daerah-daerah kawasan industri seringkali mendatangkan mudharat bagi masyarakatnya karena menyebabkan penyakit menular akut dan kronis serta problematika mendasar, yakni kemiskinan. Masyarakat miskin bukan saja menjadi concern dalam kajian pola pemerataan dalam pembangunann tetapi juga menjadi concern dalam keyakinan dan praktek keagamaan.

Isu lingkungan dalam perspektif agama digital ditampilkan dalam dimensi yang berbeda, yakni dimensi religiusitas dan tanggungjawab seorang hamba kepada penciptanya. Hal ini ditampilkan secara ekspresif dalam bentuk pemaparan konten yang jujur dalam kerangka membangun cara pandang baru dalam praktek keagamaan dan mempengaruhi konstruksi masyarakat dan budayanya dalam mengelola lingkungan.

Agama digital dalam perspektif media islam menawarkan konsep rantai halal sebagai indikator untuk mengukur keseimbangan lingkungan dalam pembangunan dan terciptanya keseimbangan antara kehidupan di dunia dan akhirat. Aplikasi konsep rantai halal diajukan dalam teknologi industri berbasis digital. Rantai halal ditampilkan sebagai sistem dan aplikasi berstandar mutlak untuk mencapai kemaslahatan. Rantai halal dijadikan terminologi apa yang boleh dan memberikan manfaat dalam pemenuhan program pembangunan dan apa yang

tidak boleh atau akan mendatangkan mudharat. Jadi batas antara sesuatu yang diperbolehkan atau diizinkan' dalam Islam dan sebaliknya, yakni haram merupakan sesuatu yang tidak diperbolehkan dan melanggar hukum dapat dibedakan dengan tegas.

Sajian konten halal dalam agama media memuat nilai dari rantai halal (*halal value chain*) sebagai standar dan indikator keberhasilan program pembangunan. Menjadi dasar moral dalam suatu pembangunan berkelanjutan. Menggantikan sistem ekonomi Pembangunan yang selama ini dipandang eksploitatif, yakni kapitalisme global. Rantai halal menjadi prasyarat bagi pertumbuhan ekonomi pembangunan yang keberlanjutan. Rantai halal ditawarkan sebagai basis proses produksi, distribusi, sirkulasi dan konsumsi untuk membangun sistem kehidupan lainnya, yakni sistem politik dan budaya. Rantai nilai halal mencakup membangun pola hidup, kesadaran untuk taat dalam beragama, memberikan nilai kepada keluarga, pendidikan, keadilan sosial, tanggung jawab sosial, *kehidupan yang sederhana,* dan kesehatan.

Halal value chain bersifat universal. Tujuannya membangun kemaslahatan dalam kehidupan manusia (*human life security*) secara lahiriah dan batiniyah sebagai jawaban dari persoalan adanya ketidak adilan sosial dan masalah pelestarian lingkungan. Halal value chain memjadikan proses seleksi, penggunaan material, proses pelaksanaan, penggunaan waktu dan biaya, SDM dan teknologinya berdasarkan syariat yang membedakan secara tegas mana yang maslahat dan mana yang mudharat (penggunaan syariat halal). Artinya, *Halal value chain* memerlukan *halal supply chain* atau manajemen rantai pasok halal yang efektif dan efisien mulai dari pemilihan dan penggunaan bahan baku hingga menjadi produk akhir dan sampai di tangan konsumen. Indikator keberhasilan rantai pasok halal akan sangat dipengaruhi oleh komitmen para pelaku pembangunan di dalamnya, kemampuan mengintegrasikan seluruh sistem pembangunan dalam konsep halal, kebijakan yang berpihak pada nilai-nilai halal, mekanisme kontrol dari pelaksanaan halal value chain. Efektifitas rantai halal dapat dilihat dari kualitas prosesnya. Sedangkan efisiensinya dapat dilihat dari proporsionalitas pembiayaan yang memiliki manfaat dan maslahat.

Diterimanya halal sebagai nilai universal dalam media agama digital karena logika dasar yang dibangun,

yakni logika kebersihan dalam upaya promotif sebagai logika yang masuk akal. Bukan berangkat dari doktrin atau dogma keagamaan. Kebersihan adalah satu-satunya cara menuju hidup sehat. Kehidupan yang sehat berdampak kepada kebahagiaan, keberkahan, dan sejahtera. Kesehatan dalam hidup menjadi kesempurnaan menjalankan ibadah. Kebersihan oleh karena itu menjadi aspek promotif dan aspek preventif dalam memahami filosofis halal.

Terjaganya kesehatan yang ditampilkan media agama digital meliputi kesehatan fisik, mental, spiritual dan sosial untuk menciptakan harmonisasi dan dinamisasi kehidupan dunia dan akhirat (Ahsin, 2017). Tahap selanjutnya yang lebih tinggi untuk memahami kebersihan dalam menyelami filosofis halal adalah konsep ihsan. Ihsan adalah kemampuan untuk menyadari bahwa kebaikan dan maslahat memberi manfaat bukan saja untuk diri sendiri tetapi juga kelurga, masyarakat, bangsa dan negara. Disinilah kedalaman iman menjadi esensi dari kebersihan (kebersihan sebagian dari iman) menjadi framing, tagline dan narasi sederhana yang didengungkan dalam media agama digital.

B. Transformasi Halal Lifestyle Dalam Media Agama Digital

Salah satu syiar dalam media agama digital terkait halal lifestyle adalah mengkaji konsumsi sebagai kebutuhan yang tidak akan lepas dari gaya hidup dan aktifitas kehidupan masyarakat. Artinya pola konsumsi yang dilakukan mesti disadari oleh adanya perintah Tuhan untuk memakan makanan yang halal dan thayyib. Oleh karena itu, kebutuhan terhadap produk halal menjadi kepentingan dan prioritas produsen dan pemangku kepentingan. Hal ini menjadi determinasi jaminan tumbuhnya stabilitas ekonomi dan kemaslahatan yang berlangsung di masyarakat. Media agama digital membangun pengaruh sistem nilai kritis kepada masyarakat untuk memahami bagaimana cara dalam memilih produk halal, yakni: (1) cara memperoleh produk halal; (2) cara memilih produk halal; dan (3) cara memanfaatkan sesuatu agar tidak melanggar syariat halal. Cara ini mudah dilakukan oleh stiap individu dalam keluarga untuk memastikan kehalalan setiap produk.

Selanjutnya, titik kritis kesadaran masyarakat terhadap nilai halal secara ketat akan terbentuk di pasar dalam perilaku jual beli antara produsen dan

konsumen. Bisa jadi konsumen akan memilih kebutuhannya berdasarkan pertimbangan keluarga dan gaya hidup dari banyak aspek, seperti aspek budaya, sosial, penghasilan, pendidikan dan lingkungan sekitarnya. Namun semua aspek pertimbangan tersebut akan Kembali pada kebutuhan informasi halal yang membuat pasar menjadi selektif terhadap kebutuhan produk halal. Biasanya jaminan atas kehalalan produk ditandai dengan sertifikat dan label halal.

Tingginya kebutuhan akan produk halal menjdikan nilai halal suatu produk akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan. Halal lifestyle menjadi *costumer value* dalam sistem nilai yang bersifat konstan dan tidak menimbulkan mulitafsir. Halal *lifestyle* keluarga semakin meningkat. Ditandai dengan : (1) pemenuhan kebutuhan keseharian yang modern, trendy tetapi religius; (2) pemenuhan pendidikan berbasis agama untuk anak-anak; (3) perjalanan ibadah yang marak di keluarga kelas menengah dan atas; (4) zakat dan sedekah yang banyak dilakukan; (5) preferensi keuangan syariah; (6) pertumbuhan dan perkembangan hotel syariah, dimana hotel syariah telah menjadi kebutuhan dalam meningkatkan keimanan dalam perjalanan wisata; (7) perumahan syariah mengklaim sesuai dengan nilai-nilai agama melalui komodifikasi konsep halal.

C. Halal Lifestyle Menjadi Universal Living Religion

Halal memiliki arti penting dalam kehidupan umat Muslim dan non-Muslim. Produk halal bagi umat Muslim menjadi bagian dari menjalankan ajaran agama Islam. Didorong oleh adanya keyakinan keyakinan untuk bertakwa dan mematuhi perintah Allah, juga sebagai ibadah yang akan membawa keselamatan dunia maupun di akhirat. Bagi konsumen non muslim urgensi produk pangan halal memberi dampak Kesehatan, keselamatan dan kenyamanan. Produk halal memiliki kualitas yang terjaga. Proses produksinya menggunakan persyaratan thayyib, sehingga kualitas makanan berada pada tingkat yang optimal. Standar halal adalah standar higienitas yang dapat meminimalkan kontaminasi bahan-bahan yang merugikan kesehatan.

Media agama digital memberikan edukasi yang tegas terkait kriteria halal, sebagai berikut: (1) Halal Zatnya adalah kriteria yang mensyaratkan penggunaan bahan-bahan dalam sauatu produk tidak bersumber dari sesuatu yang diharamkan oleh syariat Islam (E. M.

Nasution & Nasution, 2023). Tumbuh-tumbuhan halal kecuali yang mengandung racun. Terkait hewan, ada dua kriteria, yakni tata cara penyembelihan harus sesuai dengan hukum Islam dan bukan hewan yang diharamkan dalam ajaran agama Islam; (2) Halal dalam cara memperolehnya. Makanan yang halal juga diperhatikan dari sumbernya, yakni apakah ditanam sendiri atau membelinya dengan uang yang didapat secara halal atau sah (tidak bertentangan dengan hukum, moralitas dan perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam agama); (3) memproses makanan dengan cara yang halal. Sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, yakni tidak mencampurkan atau tidak tercampur dengan bahan-bahan yang terkontaminasi yang dianggap najis. Memproses makanan halal juga harus dilakukan dalam lingkungan yang bersih untuk mencegah risiko penyakit; (4) Cara menyimpan makanan halal juga harus sesuai dengan standar penyimpanan halal supaya tidak bercampur dengan bahan-bahan haram; (5) produk halal juga harus memenuhi kriteria pendistribusian yang sesuai dengan syariat ajaran islam, yakni sistem distribusi halal; (6) produk halal juga harus memenuhi kriteria penyajian yang harus terjaga kebersihannya dari najis dan kotoran. Kemasan harus bersih dan tidak boleh tercampur bahan-bahan yang memiliki sifat najis.

Di Indonesia produk halal sudah bersifat mandatory dengan dikeluarkannya kebijakan yang mengatur jaminan produk halal dari mulai pemilihan bahan, produksi, penyimpanann dan distribusinya. Saat ini jaminan produk halal menjadi wewenang Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Suatu badan yang diberikan bertanggung jawab untuk melakukan penerbitan sertifikasi dan pengawasan produk halal. Sertifikasi halal menjadi penanda penting bagi produk halal yang dikeluarkan oleh BPJPH, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pengawasan dan evaluasi terhadap proses sertifikasi halal dilakukan oleh BPJPH dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Sedangkan fatwa halal oleh BPJPH dan MUI.

SIMPULAN

Agama digital adalah perpaduan kemajuan dunia digital, keyakinan umat beragama dan praktek keagamaan kontemporer. Minat masyarakat dalam dunia maya terhadap agama dalam media digital juga meningkat. Agama digital membahas berbagai pertanyaan

menyakut praktek ibadah dan pembahasan tentang ke-Tuhanan Digitalisasi agama memberikan manfaat sekaligus kritik bagi para penganutnya. Perkembangan pesat teknologi komunikasi dan informasi, menyebabkan pendekatan keagamaan harus dapat memformulasikan metodologis dan memetakan teologisnya. Artinya, Agama Digital mesti mampu merespons canggihnya perkembangan teknologi. (Horri M, 2020, hlm. 6).

Digitalisasi agama saat ini hampir memasuki semua ajaran agama dalam kerangka melakukan aktifitas keagamaan, menyebarkan siar agama dan membangun pengaruh para tokoh agama di dalamnya. Artikulasi keagamaan menjadi lebih mudah dipahami akibat interaksi digital yang cepat, murah dan bisa diakses kapan saja. Secara teoritis media digital yang berisi konten agama (agama media) atau dengan istilah lain, agama siber adalah pembelajaran keagamaan dalam dunia digital yang mengubah cara pandang doktrin keagamaan yang mengkonstruksi masyarakat dan menciptakan budaya baru. Agama Digital berkorelasi dengan budaya digital yang mencakup modernisasi teori maupun praktik keagamaan dalam media elektronik berbasis internet.

Salah satu keberhasilan agama digital dalam mengangkat ajaran syariat agama menjadi *living religion* adalah syariat halal. Agama digital membangun ruang filosofis halal sebagai kebutuhan asasi manusia secara universal. Mengangkat masalah kesehatan, keselamatan, kesejahteraan dan kebaikan dalam menjalani hidup. Halal ditampilkan selain untuk memenuhi persyaratan kemanan spiritual (*spiritual safety concern*) dan mutu serta kualitas (*Quality and Health concern*). Perspektif *Quality and Health concern* membentuk Halal *lifestyle* di seantero penjuru dunia yang kemudian memjadi kesadaran atas mutu suatu produk. Kesadaran ini menggeser persepsi global bahwa halal tidak lagi dipandang sebagai urusan agama semata tetapi menjadi pilihan hidup untuk mendapatkan kualitas dan perlindungan hukum konsumen.

Pembahasan halal dalam media agama digital tidak lahir dari ruang kosong. Ia memiliki konteks sosial dalam isu lingkungan dan kebudayaannya. Interaksi diantara keduanya saling mempengaruhi. Kritik terhadap eksploitasi yang dilakukan manusia terhadap lingkungannya menjadi salah satu concern isu keagamaan. Agama

digital dalam perspektif media islam menawarkan konsep rantai halal sebagai indikator untuk mengukur keseimbangan lingkungan dalam pembangunan dan terciptanya keseimbangan antara kehidupan di dunia dan akhirat. Aplikasi konsep rantai halal diajukan dalam teknologi industri berbasis digital. Rantai halal ditampilkan sebagai sistem dan aplikasi berstandar mutlak untuk mencapai kemaslahatan. Rantai halal dijadikan terminologi apa yang boleh dan memberikan manfaat dalam pemenuhan program pembangunan dan apa yang tidak boleh atau akan mendatangkan mudharat.

Halal adalah sesuatu ibadah yang harus dijalankan oleh umat Muslim. Sedangkan bagi non-Muslimproduk halal memberi dampak Kesehatan, keselamatan dan kenyamanan. Produk halal memiliki kualitas yang terjaga. Proses produksinya menggunakan persyaratan thayyib, sehingga kualitas makanan berada pada tingkat yang optimal. Standar halal adalah standar higienitas yang dapat meminimalkan kontaminasi bahan-bahan yang merugikan kesehatan.

Media agama digital memberikan edukasi yang tegas terkait kriteria halal, yakni (1) zat dalam bahan produknya mesti halal; (2) cara memperolehnya harus halal; (3) proses produksinya harus halal (4) penyimpanannya harus halal; (5) distribusinya harus halal; (6) penyajiannya juga harus halal. Produk halal harus memenuhi kriteria penyajian yang harus terjaga kebersihannya dari najis dan kotoran. Kemasan harus bersih dan tidak boleh tercampur bahan-bahan yang memiliki sifat najis.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsin., & W Al-Hafidz. (2017). Fikih Kesehatan. Jakarta. Hal 4.

Campbell, Heidi A. (2010). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in the New Media World*. Routledge.

Ekosistem Halal. (2020) Pusat Studi Halal Thoyyib Universitas Brawijaya.

Gearing,. & Alonzo. (2018). Religion and Suicide: New Findings. Jurnal Religion dan Kesehatan. Hal *57*, https://doi.org/10.1007/s10943-018-0629-8

Helland. (2005) Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. Journal of Religions on the Internet. https://doi.org/10.11588/rel.2005.1.380

Helland. (2016). Digital Religion. Dalam D. Yamane (Ed.), *Handbook of Religion and Society.* Hal 177–196. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5_10

Horii, M. (2020). Problems of 'Religion' in Japan: Part 1. *Religion Compass*, (2020). Hal 14.

https://doi.org/10.1111/rec3.12376

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/15/ada-2-miliar-umat-islam-di-dunia-mayoritasnya-di-asia

Lövheim, M., & Campbell, H. A. (2017). Considering critical methods and theoretical lenses in digital religion studies. *New Media & Society*. Hal 5–14. https://doi.org/10.1177/1461444816649911

Perry. (2022). American Religion in the Era of Increasing Polarization. *Annual Review of Sociology*, S. L. Hal 87–107. https://doi.org/10.1146/annurev-soc-031021-114239

Khairunnas Rajab. (2017). Psikoterapi Untuk Kesehatan Jiwa. https://www.uin-suska.ac.id

Todaro, Smith. (2011). Economic development. (the pearson series in economics). Pearson Education, Inc. 11th edition

Widad, Subagiarta., & Wilantari. (2018) Analisis faktor sosial ekonomi. Jurnal Ekonomi Ekuilibrium. Hal 31–39.

Woods., Robert., & Nelson. (2011). Content Analysis. Dalam M. Stausberg & S. Engler (Ed.), *The Routledge Handbook of Research Methods in The Study of Religion,* Hal. 109–121.