

Kontribusi Radio *City Guide 911 FM* Mewujudkan Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) di Kota Malang Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO. 108/DSN-MUI/X/2016

Hasna Fadhillah

*Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Email: Hasnafadhillah604@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi radio *city guide 911 fm* dalam pengembangan wisata halal dan untuk mengetahui peranan radio *city guide 911 fm* mewujudkan wisata halal di Kota Malang ditinjau dari fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yuridis empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis dan statue approach. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan radio *city guide 911 fm* berkontribusi mengembangkan pariwisata halal di Malang dengan memanfaatkan produk-produknya, seperti jalan-jalan *plus*, program *911 hot news* dan *idjen talk*. Pendengar juga dapat berinteraksi langsung di grup *whatsapp* yang dibuat sebagai sarana diskusi publik. Disisi lain, aspek penerapan program, manajemen, pemasaran dan produk iklan radio juga telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah.

Kata Kunci: Peran Radio; Wisata Halal; Fatwa

Pendahuluan

Selain memerlukan kebutuhan sandang, pangan dan papan manusia juga memiliki kebutuhan tambahan, salah satunya hiburan atau wisata. Anjuran berwisata tercantum dalam surat An-Nuh ayat 19 dan 20:

وَاللّٰهُ جَعَلَ لَكُمُ الْاَرْضَ بِسَاطًا, لِتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاٰ

Artinya : "Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, supaya kamu melakukan perjalanan di bumi yang luas itu".

Berdasarkan surat di atas menjelaskan bahwa, melakukan perjalanan di bumi dianjurkan dalam nash supaya manusia bisa mengenal lebih dalam lagi kekuasaan Allah SWT yang menciptakan alam semesta. Kecenderungan manusia untuk berwisata muncul dari keingintahuan manusia.

Selain itu, anjuran-anjuran dalam al-Qur'an terkait wisata menjadi dasar munculnya konsep wisata halal di dunia. Konsep wisata halal ini tidak hanya memberikan keuntungan sendiri bagi umat muslim tapi juga non muslim, karena konsep wisata halal akan membantu mengarahkan keinginan manusia ke arah hiburan yang positif, baik dari segi kesehatan, kesenangan dan ibadah. Banyak negara-negara mayoritas non muslim yang saat ini telah berhasil membangun

wisata halal untuk meningkatkan ekonomi negara, salah satunya korea selatan. Negara tersebut bahkan memiliki aplikasi khusus yang memberikan panduan lengkap tentang fasilitas penginapan, sarana ibadah sampai kuliner yang ramah untuk wisatawan muslim.

Kesadaran pemerintahan Indonesia yang tertinggal dengan negara lain mewujudkan wisata halal di Indonesia tidak membuat pemerintah beserta *stakeholder* diam. Data Global Muslim Travel Index (GMTI) 2017, menunjukkan Indonesia ada di peringkat 3 dalam Top 10 *Halal Friendly Holiday Destination*, di bawah Malaysia dan Uni Emirat Arab (UAE). Prestasi ini semakin menguatkan optimisme Indonesia menjadi pusat destinasi wisata halal dunia.¹

Salah satu wilayah yang menjadi target kunjungan wisatawan domestik bahkan mancanegara adalah Jawa Timur. Hal ini terbukti, dari data kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Jawa Timur melalui pintu masuk Juanda pada bulan November 2017 naik sebesar 22,41 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman bulan Oktober 2017 yaitu dari 19.285 kunjungan menjadi 23.607 kunjungan dan bulan maret 2018 naik 34,71 persen dibanding jumlah kunjungan wisman bulan februari dari 23.094 menjadi 31.110 kunjungan.²

Dari 38 wilayah di Jawa Timur, Malang menjadi pusat kunjungan wisatawan mancanegara. Hal ini dibuktikan dari meningkatnya kunjungan wisatawan ke Malang. Menurut kepala Disbudpar kota Malang, Ida Ayu Made Wahyuni, angka kunjungan wisatawan kota Malang rata-rata meningkat 35 persen setiap tahunnya. Mulai tahun 2015 jumlah wisatawan domestik sebanyak 3.290.067 pengunjung dan wisatawan mancanegara sebanyak 8.265 pengunjung. Tahun 2016 jumlah wisatawan domestik 3.987.074 pengunjung dan mancanegara 9.535 pengunjung. Bahkan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Malang mengungkapkan kunjungan wisatawan ke Kota Malang mencapai 4 juta orang di tahun 2017.³

Peningkatan kunjungan wisatawan ke Malang ini sebagai wujud bahwa destinasi wisata di Malang berhasil menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Kesempatan ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan eksistensi wisata di Malang dengan mengarahkan ke arah hiburan yang positif. Dalam perkembangannya, bukan hanya keindahan alam Malang yang menjadi daya tarik wisatawan, tapi tempat hiburan berkonotasi negatif seperti lokasi karaoke, layanan pijat dan klub malam yang identik dengan kegiatan prostitusi menjadi tujuan lain yang ingin didapat wisatawan. Efek lokasi hiburan malam yang ada, tidak hanya akan memberi pengaruh jangka pendek kepada masyarakat, tapi jangka panjang yang perlahan akan mempengaruhi *life style* masyarakat terutama mahasiswa. Banyaknya pendatang yang datang ke Malang, semakin menguatkan persaingan bisnis hiburan dunia malam. Dengan *image* Malang kota mahasiswa, mereka menghadirkan tempat hiburan dengan konsep baru untuk pangsa pasar mahasiswa. Seperti *My Place* atau lokasi karaoke-karaoke lain di Malang sering menawarkan konsep *lounge* dan *fashion* untuk menarik perhatian pengunjung anak muda dengan membuat event khusus mahasiswa, seperti *live music*, dsb. Tempat hiburan malam ini tak menutup kemungkinan menjadi lokasi-lokasi prostitusi yang dikenal masyarakat.

Oleh karena itu, disinilah pentingnya melakukan perubahan konsep dalam hal pariwisata di Malang dengan membangun wisata positif yang sedang gencar digalakkan dunia, yaitu konsep wisata halal (*halal tourism*). Malang berpotensi menjadi salah satu pusat wisata halal, karena

¹ JawaPos Radar Malang, "Menpar Arief Yahya Serahkan Anugerah Pariwisata Halal 2016," <http://radarmalang.co.id/menpar-arief-yahya-serahkan-anugerah-pariwisata-halal-2016-48077.htm>, diakses 18 Januari 2017.

² Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, "Perkembangan Pariwisata Jawa Timur Maret 2018," <https://surabayakota.bps.go.id/pressrelease/2018/05/03/106/perkembangan-pariwisata-jawa-timur-maret-2018.html>, diakses 27 Mei 2018.

³ Pemerintah Kota Malang, "Kota Malang Optimis Jumlah Kunjungan Wisman Meningkat", <https://malangkota.go.id/2017/08/07/kota-malang-optimis-jumlah-kunjungan-wisman-meningkat/>, diakses 1 Oktober 2017.

beberapa alasan sebagai berikut: 1) Tingginya minat masyarakat baik domestik atau mancanegara berkunjung ke Malang. 2) Malang memiliki daya tarik wisata yang luar biasa, mulai dari keindahan alam, buatan atau kuliner. 3) Kesuksesan Malang mendirikan kampung-kampung wisata menjadikan Malang memiliki daya tarik tersendiri. 4) Lokasi pendukung wisata seperti hotel dan restoran bersertifikat halal tersedia di Malang. 5) Infrastruktur memadai mulai dari transportasi darat maupun udara. 6) Banyak prestasi-prestasi yang berhasil diraih Kota Malang, diantaranya: a) Penghargaan Kota Terbaik Layanan Publik. b) Kota Terbaik Tingkat Platinum. c) Kota Layak Anak. d) Kota Potensial Kategori Pariwisata dalam ajang *Attractiveness Award* 2016.

Langkah *preventive* yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan peran media massa baik cetak atau elektronik untuk membantu memberikan pemahaman dan sosialisasi pentingnya membangun wisata. Media memiliki lima fungsi utama yaitu sebagai media informasi, edukasi, koreksi, rekreasi dan mediasi. Fungsi inilah yang membuat media berpengaruh bagi masyarakat luas. Media dapat membentuk karakter seseorang melalui pesan-pesan yang disampaikan. Ibarat seperti sebilah pisau yang dapat digunakan sesuai niat pemegang. Media sangat berperan sebagai kontrol sosial masyarakat. Dalam hal ini, kontrol sosial yang dimiliki media berpotensi membawa dampak positif di dunia pariwisata terutama di Kota Malang.

Peningkatan destinasi halal di beberapa lokasi Kota Malang juga telah terwujud. Banyak perbaikan di segala sektor yang dirancang sesuai dengan syariah Islam. Salah satunya restoran dan rumah makan di Malang sudah banyak yang bersertifikasi halal dari MUI. Beberapa supermarket, hotel bahkan pasar juga mengantongi sertifikasi halal dari MUI. Program positif ini dilakukan sesuai arahan Kementerian Pariwisata (Kemenpar) untuk mewujudkan penghargaan *World Halal Travel Award* (WHTA). Perwujudan wisata halal yang dilaksanakan Kota Malang berhasil memperoleh predikat dari Kementerian Pariwisata ditinjau dari infrastruktur Kota Malang mulai dari bandara, objek wisata dan tempat kuliner yang tersedia di Malang. Setelah Kementerian Pariwisata melakukan *survey* ke sejumlah lokasi di Kota Malang termasuk tersedianya tempat ibadah. Kota Malang dianggap paling layak dijadikan lokasi wisata halal karena banyak hotel di Malang yang memiliki fasilitas penunjuk arah kiblat, perangkat alat salat, al-Qur'an, maupun kitab suci agama lain serta kamar mandi yang dilengkapi *jet shower* dan tempat wudlu.⁴

Berbagai persiapan sudah dilakukan Kota Malang untuk mendapat predikat kota wisata halal. Kota Malang rencananya akan mendapatkan predikat baru dari Kementerian Pariwisata tahun ini sebagai kota wisata halal. Kota Malang dianggap pantas menerima predikat kota wisata halal karena sesuai dengan visi Kota Malang menjadi kota yang bermartabat. Disisi lain, banyaknya hotel dan penginapan syariah yang ada di Malang akan mendukung atmosfer kota wisata halal terwujud di Malang. Pemerintah Kota Malang juga sudah mulai mempersiapkan berbagai fasilitas halal. Sudah ada 500 agent wisata dari Malaysia yang datang ke Kota Malang. Kedatangan agent wisata ini melihat potensi wisata Kota Malang untuk dipromosikan ke Malaysia. Konsep wisata halal juga sudah dianggap tepat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Sutiaji, wakil walikota Malang sudah menggagas mall halal dan hotel halal serta membangun lokasi wisata kuliner halal.⁵

⁴ JawaPos, "Kalahkan Lombok, Malang Jadi Kota Wisata Halal", <http://www.jawapos.com/read/2016/06/06/32576/kalahkan-lombok-malang-jadi-kota-wisata-halal>, diakses 18 Januari 2017.

⁵ Kompas, Awal Tahun 2017, "Kota Malang Targetkan Jadi Destinasi Wisata Halal", <http://travel.kompas.com/read/2016/09/01/211500927/Awal.Tahun.2017.Kota.Malang.Targetkan.Jadi.Destinasi.Wisata.Halal>, diakses 1 Oktober 2017.

Penerapan wisata halal perlu segera diwujudkan untuk mengantisipasi sekaligus menyambut wisatawan mancanegara, khususnya Timur Tengah. Konsep wisata halal tidak hanya berkaitan dengan kuliner tapi juga layanan restoran, penginapan dan hotel. Layanan hotel harus mencerminkan kehalalannya, bahkan setiap hotel wajib ada mushola serta peralatan shalat di setiap kamar. Untuk merealisasikan wisata halal di Malang, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) mengajak pelaku usaha untuk berkerjasama dan bersinergi membangun wisata halal. Beberapa hotel yang sudah menyatakan bersedia, seperti *Regent Park Hotel*, *Guest House Universitas Brawijaya (UB)*, *Taman Indi Resto*, *Inggil Resto*, rumah makan dan restoran di bawah binaan Halalan Toyiban UB.⁶

Strategi pemerintah yang akan dilakukan selanjutnya adalah mensosialisasikan wisata halal di Malang. Saat kegiatan bimbingan teknis wisata halal, Asisten Deputi Pengembangan Wisata Budaya Kementerian Pariwisata, Lokot Enda menyampaikan, pemerintah perlu mensosialisasikan wisata halal di Malang, sebagai salah satu kota dengan potensi wisata terbesar di Jawa Timur. Wisata halal yang dimaksud tidak harus bernuansa Timur Tengah ataupun dipenuhi simbol Islam, tapi harus nyaman dalam segala hal terutama untuk umat muslim. Segala sesuatu yang halal tidak hanya nyaman untuk muslim tetapi juga aman dan sehat untuk semua orang.⁷

Secara *devacto* Indonesia sebagai negara mayoritas Islam harus jadi *leader halal tourism*. Berdasarkan kebutuhan penyebaran informasi ini, penulis menargetkan radio *city guide 911 fm* sebagai objek penelitian untuk membantu membangun konsep wisata halal di Malang. Radio *city guide 911 fm* memiliki peran penting di Kota Malang karena muatan-muatan produk yang disuguhkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pemilihan radio sebagai media penyebaran informasi, juga dipertimbangkan.

Sejauh ini, tanpa kita sadari meskipun radio terkesan jadul, tapi radio memiliki keunggulan yang efektif untuk menyebarkan informasi. Keunggulan radio adalah radio sudah menjadi media yang familiar dengan masyarakat, komunikasi yang terjalin antara *announcer* dan *listener* juga bersifat intim karena radio menggunakan teknik bahasa tutur. Selain itu, informasi yang disampaikan mudah dipahami dan efisien. Titik ukur efisiensi radio adalah karena radio bisa kita nikmati tanpa meninggalkan aktifitas-aktifitas lain tanpa mengganggu fokus kita saat melakukan suatu kegiatan tertentu, disisi lain radio dikatakan efisien karena bisa didapat secara gratis, dalam kondisi apapun dan dimanapun karena bisa di bawa kemanapun pergi sebagaimana yang tersedia di *mobile phone* atau dapat kita temukan dengan mudah di kendaraan seperti taxi atau mobil pribadi.

Radio *city guide 911 fm* adalah satu-satunya radio di Malang yang *concern* di bidang pariwisata. Selain itu, pendengar juga dapat berinteraksi langsung dengan pihak radio di program talkshow *idjen talk* dan berinteraksi melalui grup *whatsapp* yang tersedia. Interaksi antara pendengar dan pihak radio dibutuhkan sebagai media untuk berbagi gagasan konstruktif dan opini demi pembangunan Kota Malang. Informasi yang disuguhkan lewat radio dapat memberikan wawasan kepada masyarakat, agar turut membangun Kota Malang dan menyadarkan pentingnya menggalakan produk-produk halal maupun destinasi wisata halal di Malang dan mempercepat *progress* pembangunan wisata halal Kota Malang yang diakui dunia.

⁶ Merdeka, "Pemkot Malang Ajak Pelaku Usaha Kembangkan Wisata Halal", <https://malang.merdeka.com/kabar-malang/pemkot-malang-ajak-pelaku-usaha-kembangkan-wisata-halal-171003s.html>, diakses 2 November 2017.

⁷ Kabarpas, "Malang Menuju Destinasi Wisata Halal", <http://www.kabarpas.com/malang-menuju-destinasi-wisata-halal/>, diakses 27 Mei 2018.

Berdasarkan judul yang penulis angkat ada beberapa jurnal penelitian lain yang sebidang dengan pembahasan wisata halal yakni, *Pertama*, Muhammad Nizar, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta, mengangkat judul *Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Taman Wisata Religi Gunung Mujur Karangploso Malang*.⁸ Inti pembahasan yang di paparkan dalam jurnal, strategi yang dilakukan dengan mempromosikan wisata melalui Kelompok Penyadar Pariwisata (Kompepar) setempat dengan nama Kompepar Trail Karlos. Mereka memanfaatkan saluran komunikasi tidak bermedia atau saluran komunikasi media. Saluran komunikasi tidak bermedia seperti komunikasi tatap muka (*word of mouth*). Sedangkan, saluran komunikasi media mereka memanfaatkan fungsi website dengan nama Trail Karlos-Donowarih.com untuk mempromosikan lokasi wisata. Ikon wisata religi di Desa Donorawih yang diekpose seperti, wayang golek dan lukisan. Untuk menguatkan branding wisatanya mereka juga membuat *event* yang menarik perhatian pengunjung dengan menonjolkan suasana wisata pedesaan dan karakteristik budaya yang khas.

Kedua, Aan Jaelani, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, judul *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*.⁹ Inti dari pembahasan jurnal ini terkait potensi dan prospek pariwisata halal di Indonesia. Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis wisatawan tapi juga memiliki kontribusi meningkatkan pendapatan pemerintah. Wisata halal yang dimaksud tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (muslim dan non muslim) tetapi tetap berdasarkan prinsip syari'ah dalam pengelolaannya. Demi mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, seperti melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.

Ketiga, Dawud Kusuma Dwijayadi, Jurusan Hubungan International Universitas Airlangga, judul penelitian *Motif Pengembangan Pariwisata Halal di Thailand*.¹⁰ Jurnal ini membahas tentang ketidakharmonisan antara pihak kerajaan Thailand dengan kelompok muslim di Thailand, hingga menimbulkan ketidakadilan hingga pemberontakan. Latar belakang inilah yang menjadi dasar berdirinya pariwisata halal di Thailand dengan motif untuk meningkatkan ekonomi warga muslim dan mendorong inklusifitas sehingga dalam jangka panjang dapat mewujudkan perdamaian. Promosi terus dilakukan melalui kegiatan MICE, seperti Thailand *Halal Assembly* hingga pihak kerajaan Thailand mengakui keberadaan identitas muslim secara global, kawasan maupun di dalam negaranya karena konsep pariwisata halal telah membangun citra positif negara sehingga dikenal sebagai negara yang ramah, nyaman dan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.

Beberapa detail yang belum terangkat dari jurnal sebelum-sebelumnya adalah poin efisiensi membangun konsep wisata halal di suatu wilayah. Dalam jurnal inilah penulis membahas keefektifan dan efisiensi membangun wisata halal serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya membangun wisata halal sehingga tidak menimbulkan perbedaan pendapat mengenai definisi wisata halal diantara masyarakat terutama non muslim.

⁸ Muhammad Nizar, "Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Taman Wisata Religi Gunung Mujur Karangploso Malang," *Al- Ghazwah: Jurnal Agama Islam* 2, no. 1 (1 Maret 2017), <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/elgozwah/article/view/589>.

⁹ Aan Jaelani, "Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek," *Econ Journals: Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, no. 1 (Jul 12, 2017), doi:<http://dx.doi.org/10.1453/jepe.v3i2.764>.

¹⁰ Dawud Kusuma Dwijayadi, "Motif Pengembangan Pariwisata Halal di Thailand," *Jurnal Hubungan International*, no. 3 (2017), doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *yuridis empiris* yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.¹¹ Adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah radio *city guide 911 fm*.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis dan statue approach yang dilakukan dengan cara wawancara dan menganalisis data tentang manajemen pengelolaan radio dan *standart operational procedure (SOP)* radio *city guide 911 fm*. Kemudian, proses penjabaran analisis data dari hasil observasi di radio *city guide 911 fm* ditinjau sesuai fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah.

Sumber hukum yang digunakan ada 2 (dua) yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dari wawancara, data manajemen pengelolaan radio *city guide 911 fm* dan data tentang *standart operational procedure (SOP)* radio *city guide 911 fm*. Sedangkan, data sekunder dari buku-buku terkait pariwisata halal atau syariah, fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah serta al-Qur'an sebagai pijakan dasar hukum terkait anjuran wisata dalam Islam.

Tahap yang dilakukan penulis selanjutnya, melakukan pemeriksaan data (*editing*) dengan menelaah kembali catatan dari hasil wawancara dengan pihak radio diantaranya, direktur radio, station manager dan pendengar radio *city guide 911 fm* serta data-data di lapangan seperti catatan *schedule* kegiatan radio, kumpulan data informasi seputar wisata halal, manajemen pengelolaan radio dan *standart operational procedure (SOP)* radio. Klasifikasi (*classifying*) dilakukan dengan menelaah kembali data dan informasi yang diperoleh baik dari hasil wawancara atau data-data yang telah penulis kumpulkan dengan mengklasifikasikan sesuai kategori masing-masing untuk di kombinasikan dalam menjawab pokok bahasan yang telah dibuat. Klasifikasi tersebut diantaranya pengklasifikasian data tentang program-program radio, informasi seputar wisata halal yang tersiarkan radio dan kelebihan radio berdasarkan opini pendengar. Verifikasi (*verifying*) dilakukan dengan cara memverifikasi ulang hasil wawancara yang telah didapat, kemudian menanyakan kembali kepada yang bersangkutan apakah jawaban yang di utarakan sudah sesuai dengan jawaban yang penulis cantumkan dalam naskah.¹² Selanjutnya, analisis (*analysing*) yaitu proses penyederhanaan data yang didapat dengan tujuan agar lebih mudah dibaca dan dianalisis sesuai fatwa DSN-MUI No.108 DSN-MUI/X/2016, diantaranya dalam aspek program radio, manajemen, pemasaran dan produk iklan yang ditawarkan. Tahap akhir, penulis membuat kesimpulan (*concluding*) yaitu menyimpulkan proses penelitian terkait kontribusi radio *city guide 911 fm* dalam pengembangan wisata halal di kota malang serta kontribusi radio *city guide 911 fm* dalam pengembangan wisata halal di tinjau dari fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016.

Kontribusi Radio City Guide 911 FM dalam Pengembangan Wisata Halal di Kota Malang

Sederet keunggulan wisata halal yang sudah diketahui masyarakat dunia, sejauh ini belum menggugah gairah masyarakat Malang mewujudkannya. Meskipun lokasi wisata di Malang sudah dikenal masyarakat luas, tapi *branding* wisata halal belum melekat di kota pendidikan ini. Istilah pariwisata yang kita kenal sebelumnya, berbeda dengan konsep wisata halal yang dimaksud penulis.

¹¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), 15.

¹² Comy R. Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif – Jenis , Karakter, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), 9.

Pengertian wisata halal sebagaimana tercantum dalam fatwa DSN-MUI No.108 DSN-MUI/X/2016 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan, yang dimaksud destinasi wisata syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.¹³

Wisata syariah juga disebut dengan wisata halal. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang. Konsep halal dapat dipandang dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Perspektif agama yaitu sebagai hukum makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim sesuai keyakinannya. Ini membawa konsekuensi adanya perlindungan konsumen. Sedangkan dari perspektif industri seperti produsen pangan, konsep halal ini diartikan sebagai suatu peluang bisnis. Bagi industri pangan yang target konsumennya sebagian besar muslim, memerlukan jaminan kehalalan produk untuk meningkatkan nilainya berupa *intangible value*. Contoh produk pangan yang kemasannya tercantum label halal lebih menarik bagi konsumen muslim.¹⁴

Wisata halal sering dikenal juga dengan istilah *halal tourism*. Peluncuran *halal tourism* bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan *Global Halal Forum* yang digelar pada 30 Oktober sampai 2 November 2013 di Semeru Room, lantai 6 gedung pusat niaga, JIExpo (PRJ) Kemayoran Jakarta Pusat. Tepatnya hari Rabu 30 Oktober 2013, Muhammad Munir Caudry, *President Islamic Nutrition Council of America*, menyampaikan bahwa “Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan *travelers muslim*”. Hotel yang mengusung prinsip syariah ini tidak diperbolehkan melayani minuman beralkohol, fasilitas kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita.¹⁵ Untuk memudahkan pemahaman perbedaan wisata konvensional, religi dan halal akan dijelaskan lebih lanjut dalam tabel berikut :

Tabel 2: Perbedaan Wisata Konvensional, Religi dan Syariah.¹⁶

No	Perbandingan	Konvensional	Religi	Halal
1	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya

¹³ DSN-MUI 2016, “Fatwa DSN-MUI No. 108/ DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah”, <https://dsnemui.or.id/fatwa/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah/>, diakses 15 Januari 2017.

¹⁴ Spillane J, *Pariwisata Indonesia (Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan)* (Yogyakarta: Kanisius, 1994), 63.

¹⁵ Wuryasti Fetri, “Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia”, <http://travel.detik.com/read/2013/10/30/152010/2399509/1382/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>, diakses 20 Februari 2017.

¹⁶ Andriani Dini, dkk, *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah* (Jakarta: Kemenpar, 2015), 13.

2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spiritualitas	Meningkatkan Spiritualitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragam
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan Masyarakat dilingkungan Obyek Wisata	Komplementer dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementer	<i>Integrated</i> , Interaksi berdasarkan pada prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Untuk mewujudkan wisata halal di Malang dibutuhkan media yang berperan sebagai kontrol sosial masyarakat untuk membawa dampak positif kepada masyarakat. Radio dipilih sebagai media untuk membantu pengembangan wisata halal di Malang karena radio sangat familiar dan dikenal masyarakat luas. Selain itu, Malang memiliki radio *city guide 911 fm* yang *concern* di bidang pariwisata.

Mengingat target pemerintah kota Malang yang ingin mewujudkan perkembangan pariwisata halal di Kota Malang, penulis menggali potensi radio *city guide 911 fm* untuk berkontribusi mengembangkan wisata halal di Malang, karena pengembangan wisata halal ini tidak bisa hanya dibebankan pada satu pihak tapi harus melibatkan banyak pihak baik instansi pemerintah, organisasi-organisasi di Malang, masyarakat termasuk media massa. Keterlibatan media massa dalam pengembangan pariwisata bertujuan supaya informasi tentang wisata dapat dikenal dan diketahui masyarakat luas. Sadar atau tidak sadar masyarakat sering dipengaruhi oleh media massa. Misalnya, media membujuk untuk menggunakan suatu produk tertentu atau membujuk untuk mendukung ideologi politik tertentu beberapa orang sering terpengaruh oleh tayangan-tayangan yang disiarkan. Setiap hari otak manusia selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan. Pentingnya media massa membuat peranannya begitu kuat dan hebat dalam

mempengaruhi manusia. Manusia begitu tergantung pada media sampai pada urusan hidup sehari-hari. Media massa seakan telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia. Efek yang ditimbulkan oleh media itu sangat nyata dan jelas. Besarnya pengaruh media massa menimbulkan efek pada kehidupan manusia.

Oleh karena itu, efek yang ditimbulkan media massa menjadi perhatian para ahli. Informan praktisi radio RRI pro 2 FM Jakarta mengatakan bahwa masalah yang dihadapi dalam menyebarluaskan publikasi pariwisata agar dapat memiliki pengaruh menyangkut berbagai aspek, diantaranya bagaimana memilih media massa yang tepat, bagaimana cara dan teknik mengemas isi pesan yang menarik, serta pengetahuan karakteristik sasaran *audience* yang terkait dengan kebutuhan dan keinginan untuk memilih terpaan informasi. Pada dasarnya media massa, seperti radio dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi pariwisata. Faktor isi pesan, segmentasi, serta daya dukung pendanaan akan menentukan pilihan dalam memanfaatkan media tersebut. Pada media televisi misalnya, harga untuk melakukan siaran program acara yang terkait dengan pariwisata pedesaan, khususnya siaran khusus sadar wisata, pada kenyataannya relatif mahal. Demikian pula pada media cetak seperti koran ataupun majalah, memuat publikasi tersebut juga relatif mahal. Penyebaran informasi di radio juga perlu memperhatikan rating pendengar, segmentasi, serta waktu tayang pada jam-jam produktif ketika banyak didengar *audience*. Akan tetapi, hal ini juga belum dapat dikatakan efektif. Indikator lain yang perlu menjadi perhatian ialah penyusunan program acara yang menarik. Sesuatu itu akan menjadi menarik jika memiliki unsur jarang terjadi, unik dan kontroversial.¹⁷

Penyebaran informasi ini tentu dapat dilakukan melalui media apapun, namun pertimbangan biaya produksi menjadi pilihan. Jika pemerintah memanfaatkan media radio, biaya yang dikeluarkan tidak sebesar biaya produksi melalui media lain, selain itu radio adalah media massa yang sangat familiar, komunikasi yang terjalin bersifat intim karena menggunakan bahasa tutur, informasi yang disampaikan mudah dipahami serta bersifat efisien karena didapat secara gratis. Radio *city guide 911 fm* sangat membantu pemerintah dalam mewujudkan wisata halal di Malang karena memiliki susunan *radio script* yang sesuai untuk membangkitkan semangat berwisata di Malang dan berpotensi meningkatkan *progress* pengembangan Kota Malang melalui informasi-informasi dan gagasan konstruktif yang disampaikan.

Potensi radio *city guide 911 fm* berkontribusi dalam pengembangan pariwisata di Kota Malang dipetakan dalam tiga hal diantaranya, *Pertama*, menyebarkan informasi spot-spot pariwisata halal. Radio *city guide 911 fm* memiliki produk-produk yang mendukung di bidang pariwisata untuk menyebarkan informasi spot-spot pariwisata halal di Malang, dalam hal ini ada dua produk yang mendukung, seperti produk jalan-jalan *plus* (jpp). Produk ini mengenalkan lokasi wisata di Malang dan mengeksplorasi spot-spot baru untuk dijadikan tempat wisata. Produk ini juga mengenalkan lokasi-lokasi wisata halal serta menavigasi pendengar menuju lokasi wisata tersebut. JJP adalah bentuk produk *features* di dunia jurnalistik. *Feature* termasuk dalam kategori *soft news* (berita ringan), berita jenis ini memuat *human interest* yang memberikan penekanan fakta-fakta untuk menggugah emosi, menghibur dan memunculkan empati. *Feature* juga ditulis dengan gaya menulis fiksi, prinsipnya seperti bercerita. Salah satu contoh produk jpp yang mengenalkan wisata halal adalah jpp Masjid Jami' Malang. Melalui produk jpp, radio *city guide 911 fm* mengenalkan Masjid Jami' Malang dengan menceritakan sejarah terbentuknya Masjid, keunikan Masjid Jami' Malang dan memberikan informasi lokasi-lokasi strategis untuk sampai di lokasi atau menavigasi pendengar menuju lokasi yang di maksud. Hal ini, dapat memudahkan pengunjung baik dari dalam kota atau luar kota untuk mengakses dan mengetahui potensi-potensi lokasi wisata halal di Malang.

¹⁷ Rakhmat Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005), 54.

Produk lain adalah *911 hot news (nine one one hot news)*. Program *911 hot news (nine one one hot news)* adalah program *news* yang menyampaikan *issue* terhangat, terbaru dan terpopuler yang masih menjadi perbincangan publik. *News* atau berita disampaikan setiap pergantian jam. Lebih lanjut *911 hot news* akan disebut program karena *live* dan tidak melalui proses produksi dengan kata lain, segala informasi disampaikan secara langsung oleh *announcer* secara faktual, sesuai perkembangan informasi terkini. Program *911 hot news* bisa membantu pendengar mendapatkan informasi terupdate setiap hari, terutama untuk masyarakat yang tidak sempat mengisi waktu dengan membaca koran atau media cetak. Keunggulan lainnya, pendengar bisa mendengarkan informasi berita ini dengan kemasan yang dinamis dalam arti tidak monoton karena selingan lagu-lagu dan beberapa produk lainnya yang variatif sehingga informasi yang di sampaikan kepada pendengar terkesan menyenangkan. Berita yang di angkat dalam program ini memprioritaskan berita tentang pariwisata dan perkembangannya. Selain itu, *911 hot news* juga mempublikasikan setiap event di Malang terutama event yang akan diadakan pemerintah Kota Malang. Informasi ini tidak hanya didapat pendengar radio saja, tapi juga penonton televisi dan *netizen*. Karena radio *city guide 911 fm* konsepnya *media convergensi* dibawah perusahaan Arema Media Corporindo, terdiri dari televisi (Arema TV), media online (arema media online) dan radio *city guide 911 fm* serta untuk memudahkan akses mencakup segala kebutuhan media dari televisi, radio dan media online dapat di akses melalui aplikasi AMEG di *Playstore*.

Kedua, radio bisa mendorong masyarakat berkunjung ke lokasi wisata halal. Program yang berpengaruh dalam hal ini adalah program *idjen talk*. Program *talkshow* ini, berisi informasi-informasi terupdate yang menjadi pembahasan *viral* atau *public interest* dengan melibatkan pendengar untuk beropini. Selain itu, program ini juga melibatkan narasumber yang ahli dibidangnya sesuai tema yang diangkat untuk *on air* secara langsung di radio. Demi memperkuat asumsi positif tentang wisata halal, forum diskusi di program *idjen talk*, sempat membahas tentang tema wisata halal di Malang dengan mengundang para profesional dan praktisi di Malang diantaranya *General Manager Regent's Park Hotel* sebagai hotel yang bersertifikat halal di Malang, Kasi Promosi Pariwisata dan Ketua Laboratorium Halal Center Unisma. Masyarakat juga dapat berkontribusi secara langsung dalam forum diskusi ini melalui telepon. Dalam konteks wisata, salah satu bukti bahwa radio *city guide 911 fm* berpengaruh mendorong masyarakat berkunjung ke lokasi wisata dapat dibuktikan pada saat event karnaval kirab budaya Polowijen tahun 2017 lalu. Penyebaran informasi event ini disampaikan jauh hari sebelum hari-H yang di kemas semenarik mungkin untuk menggugah antusiasme pendengar hadir di acara ini. *Project* selanjutnya, pada saat hari-H reporter radio *city guide 911 fm* datang meliput secara langsung berjalannya acara untuk menggambarkan jalannya event secara *live*. Informasi yang disampaikan ternyata mendapatkan respon baik dari masyarakat, dibuktikan dari membludaknya pengunjung pada saat acara berlangsung dan *euforia* masyarakat yang terpantau dari grup *whatsapp* pendengar.

Ketiga, menawarkan tips atau solusi berwisata di tempat wisata halal. Tips atau solusi bisa di pantau melalui *group whatsapp traffic report city guide* dan *city guide plaza* yang tersedia. *group whatsapp traffic report city guide* adalah grup khusus yang dibuat untuk pendengar berbagi informasi seputar lalu lintas di Malang, baik informasi seputar kemacetan lalu lintas ataupun kejadian-kejadian *real time* yang sedang terjadi seperti kecelakaan atau gangguan-gangguan jalan lainnya yang sedang terjadi. Sedangkan *group whatsapp city guide plaza* adalah grub untuk pendengar yang dibuat untuk menyalurkan aspirasi masyarakat pada saat instansi-instansi terkait datang ke radio ketika program *idjen talk* berlangsung serta media *sharing* masyarakat untuk membangun Malang menjadi lebih baik. Grub *whatsapp* ini mampu

menumbuhkan *trustee* atau kepercayaan masyarakat terhadap segala informasi yang disiarkan radio *city guide 911 fm*.

Kontribusi Radio City Guide 911 FM dalam Pengembangan Wisata Halal di Tinjau dari Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016

Berdasarkan hasil observasi, konsep radio *city guide 911 fm* sudah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Kesesuaian ini terlihat saat radio mengangkat tema tentang wisata halal yaitu Malang Menjadi Percontohan Wisata Halal dari Kemenpar dan segmen selanjutnya membahas tentang Peran Pelaku Wisata Mewujudkan Wisata Halal Kota Malang di program *Idjen Talk*. Selama ini indikator wisata halal masih terpaku pada penerapan hotel berbasis syariah. Untuk mengangkat *brand* wisata halal, radio *city guide 911 fm* menetapkan *Regent's Park Hotel* sebagai narasumber.

Penerapan *Regent's Park Hotel* sebagai narasumber ini sesuai dengan fatwa DSN-MUI No. 108 ketetapan kelima, yang menyatakan bahwa: 1) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila; 2) Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan/atau tindak asusila; 3) Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI; 4) Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci; 5) Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah; 6) Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah; 7) Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.

Berdasarkan fatwa tersebut *Regent's Park Hotel* telah memenuhi syarat sebagai tujuan wisata syariah sesuai dengan ketentuan fatwa DSN-MUI No.108 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Demi mewujudkan wisata halal di Malang, penerapan manajemen radio *city guide 911 fm* juga memenuhi prinsip-prinsip syariah, baik dari program-programnya maupun sisi manajemen perusahaan. Kesesuaian ini ditinjau dari beberapa aspek yakni, *Pertama*, program-program yang disajikan radio *city guide 911 fm* tidak pernah menghilangkan sisi kerohanian. Dilihat dari *playlist* radio *city guide 911 fm* yang selalu memutar ceramah setiap jam 5 pagi dan dilanjutkan dengan lagu-lagu Islami. Adzan juga terputar dengan akurasi waktu yang tepat. Pada saat bulan Ramadhan semua paket radio *city guide 911 fm* juga menyesuaikan dengan nuansa-nuansa Ramadhan, seperti memberikan informasi seputar menu berbuka puasa, mengenalkan tradisi-tradisi masyarakat di bulan Ramadhan, memutar ceramah menjelang waktu berbuka puasa dan masih banyak paket religius lainnya. Begitupun pada saat takbir, radio *city guide 911 fm* memutar takbir baik di saat Idul Fitri ataupun Idul Adha. Program jalan-jalan *plus* juga mengarahkan ke lokasi wisata yang positif dan menghindarkan kemudharatan dengan tujuan mengingat sejarah, melestarikan lingkungan dan menjunjung tinggi budaya lokal.

Hal ini sesuai dengan ketentuan ketujuh, nomor 1 fatwa DSN-MUI No. 108 yang menyatakan bahwa: 1. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk: a. Mewujudkan kemaslahatan umum; b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan; c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan; d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat *universal* dan *inklusif*; e. Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi dan lingkungan; f. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.

Informasi tentang fasilitas-fasilitas yang tersedia juga dipaparkan termasuk fasilitas mushola, toilet dan tempat makan yang aman. Semua lokasi-lokasi wisata yang disiarkan sesuai

dengan ketentuan ketujuh, nomor 2 fatwa DSN-MUI No.108, bahwa; 2. Destinasi wisata wajib memiliki: a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah; b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI.

Penyiaran lokasi wisata yang mengarahkan pendengar ke lokasi wisata yang positif, sesuai ketentuan ketujuh, nomor 3 bahwa: 3. Destinasi wisata wajib terhindar dari: a. Kemusyrikan dan *khurafat*; b. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi; c. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip syariah. Program positif ini sesuai dengan al-Qur'an surat al-Mulk ayat 15, yang berbunyi:

الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ
هُوَ النُّشُورُ

Artinya : "Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepadanya kamu (kembali setelah) dibangkitkan".

Program radio *city guide 911 fm* yang menyiarkan konten-konten wisata positif dengan tidak meninggalkan sisi religius agama Islam seperti menyiarkan ceramah setiap paginya, akan menguatkan sisi rohani pendengar dari informasi-informasi yang tersampaikan. Memilih media radio sebagai media *booster* informasi dinilai efektif dan berdampak baik secara langsung atau tidak, karena data yang disampaikan terkombinasi dengan alunan musik yang sisipkan di *playlist* sehingga informasi yang diterima pendengar terkesan tidak monoton.

Kedua, dari sisi manajemen perusahaan. Penerapan manajemen radio *city guide 911 fm* dari sisi intern tidak pernah lepas dari religiusitas. Saat *all crew* radio *city guide 911 fm* mengadakan *forum group discussion* untuk evaluasi, mereka akan *break* pada saat itu juga, ketika adzan sudah terdengar. Selain itu, radio juga mengumandangkan adzan untuk mengingatkan dan mengajak pendengar menjalankan kewajiban shalat.

Penerapan ini sesuai dengan ketetapan ketiga, nomor 2 fatwa DSN-MUI No.108 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah yang menyatakan bahwa prinsip umum penyelenggaraan pariwisata halal wajib menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual. Selain itu juga tercantum dalam ketetapan keenam, nomor 2 fatwa DSN-MUI No.108 bahwa wisatawan wajib memenuhi kewajiban ibadah selama berwisata.

Kewajiban mengutamakan shalat fardhu tercantum dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 238:

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَىٰ وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ

Artinya: "Peliharalah semua shalat (mu) dan (peliharalah) shalat wusthaa. Berdirilah untuk Allah (dalam shalatmu) dengan khusyu".

Peningkatan sisi religius karyawan akan berdampak pada diri masing-masing karyawan menjadi pribadi yang lebih religius karena terbawa sistem dan kebiasaan. Karyawan akhirnya terbiasa melaksanakan ibadah secara *ontime* dan berjamaah.

Ketiga, dalam hal pemasaran. Pemasaran radio *city guide 911 fm* mempertimbangkan hal-hal yang dianggap berpengaruh kepada masyarakat untuk mempertimbangkan sisi kemaslahatan seluruh umat. Pemasaran radio *city guide 911 fm* menyasar pada intansi-instansi pendidikan, hotel, produsen produk dan lain sebagainya sesuai dengan *Sosial Ekonomi Status (SES) client* yang ditargetkan radio. Meskipun target pasar segmentasinya *middle up*, radio *city guide 911 fm* juga menghindari lokasi-lokasi yang dapat menimbulkan kemusyrikan, kemaksiatan dan hal-hal yang dapat merugikan orang lain. Pertimbangan ini sesuai dengan

fatwa DSN-MUI No.108 di ketetapan ketiga, nomor 1 yang menyatakan bahwa prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah atau halal wajib terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, *tabdzir / israf* dan kemungkaran.

Ketentuan-ketentuan tersebut sesuai dengan al-Qur'an surat al-Isra' ayat 26-27, yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا، إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Keempat, terkait produk-produk iklan yang ditawarkan. Produk-produk iklan yang tersiar di radio *city guide 911 fm* juga selalu mempertimbangkan kehalalan produk, manfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan segmentasi yang sudah ditetapkan. Penyiaran skrip iklan juga tidak sembarangan, termasuk pemilihan kata telah sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku dan menjunjung etika.

Ketentuan penyediaan produk halal tercantum dalam ketetapan ketujuh, nomor 2b fatwa DSN-MUI No.108 yang menyatakan bahwa destinasi wisata wajib memiliki makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI. Selain itu, pentingnya produk halal ini juga tercantum dalam ketentuan kesembilan, nomor 3 fatwa DSN-MUI No.108 yang menyatakan bahwa setiap biro perjalanan syariah wajib memiliki daftar penyedia makanan dan minuman halal yang memiliki sertifikat halal MUI, sesuai dengan al-Qur'an surat al-Maidah ayat 88, yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeikan kepadamu dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.

Kehalalan makanan sangat mempengaruhi diri manusia baik untuk pertumbuhan tubuh, kecerdasan akal, kesehatan atau sifat dan perilaku, mempengaruhi perkembangan anak keturunan dan sebagai umat muslim jika memakan makanan haram akan mempengaruhi diterimanya amal ibadah dan doa.

Kesimpulan

Konsep wisata halal di Malang sesungguhnya dapat terwujud. Selain membutuhkan peran pemerintah dan *stake holder* merealisasikannya, peran masyarakat juga sangat dibutuhkan. Untuk menggugah gairah masyarakat Malang turut membangun wisata halal di Malang, membutuhkan peran media massa sebagai kontrol sosial yaitu radio *city guide 911 fm*. Radio ini sangat berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata di Malang, karena radio *city guide 911 fm* satu-satunya radio di Malang yang *concern* di bidang pariwisata. Kontribusi radio *city guide 911 fm* mengembangkan pariwisata halal di Malang diantaranya untuk menyebarkan informasi spot-spot pariwisata halal melalui produk jalan-jalan *plus* dan program *911 hot news*, mendorong masyarakat berkunjung ke lokasi wisata halal serta menawarkan tips atau solusi berwisata di tempat wisata halal melalui program *idjen talk*.

Jika ditinjau dari fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah, radio *city guide 911 fm* baik dari aspek

program, manajemen, pemasaran dan produk iklan yang ditawarkan, penerapannya juga telah sesuai sebagaimana dimaksud dalam fatwa serta dalam nash al-Qur'an.

Daftar Pustaka

Buku:

- Ahmadi, Ruslam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2014.
- Akdon, Riduwan. *Metode dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002.
- Departemen Agama R.I. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Penerbit Sygma Examedia Arkanleema, 2009.
- Dini, Andriani, dkk. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kemenpar, 2015.
- J Spillane. *Pariwisata Indonesia (Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan)*. Yogyakarta: Kanisius, 1994.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005.
- M. Romli. *Basic Announcing Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan keempat belas. Bandung: PT Remaja Rosdakarya (anggota IKAPI), 2001.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- R. Setiawan, Comy. *Metode Penelitian Kualitatif – Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Rumidi, Sukandar. *Metodologi Penelitian, Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Sumadiria, Haris. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002.
- Yoeti, Oka. A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1997.
- Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.

Peraturan perundang-undangan:

Fatwa DSN-MUI No. 108/ DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

Jurnal:

- Aan Jaelani. "Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek." *Econ Journals: Jurnal Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam*, no. 1 (Jul 12, 2017), doi:<http://dx.doi.org/10.1453/jepe.v3i2.764>.
- Dawud Kusuma Dwijayadi. "Motif Pengembangan Pariwisata Halal di Thailand." *Jurnal Hubungan Internasional*, no. 3 (2017), doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>.
- Muhammad Nizar. "Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Taman Wisata Religi Gunung Mujur Karangploso Malang." *Al- Ghazwah: Jurnal Agama Islam* 2, no. 1 (1 Maret 2017), <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/elgozwah/article/view/589>.

Websites:

- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. 2018. *Perkembangan Pariwisata Jatim Maret 2018*, (<https://surabayakota.bps.go.id/pressrelease/2018/05/03/106/perkembangan-pariwisata-jawa-timur-maret-2018.html>. Diakses 27 Mei 2018).
- JawaPos Radar Malang. 2016. *Menpar Arief Yahya Serahkan Anugerah Pariwisata Halal 2016*, (<http://radarmalang.co.id/menpar-arief-yahya-serahkan-anugerah-pariwisata-halal-2016-48077.htm>,. Diakses 18 Januari 2017).
- JawaPos. 2016. *Kalahkan Lombok, Malang Jadi Kota Wisata Halal*, (<http://www.jawapos.com/read/2016/06/06/32576/kalahkan-lombok-malang-jadi-kota-wisata-halal>,. Diakses 18 Januari 2017).
- Kabarpas. 2018. *Malang Menuju Destinasi Wisata Halal*, (<http://www.kabarpas.com/malang-menuju-destinasi-wisata-halal/>. Diakses 27 Mei 2018).
- Kompas. 2016. *Awal Tahun 2017, Kota Malang Targetkan Jadi Destinasi Wisata Halal*, (<http://travel.kompas.com/read/2016/09/01/21150927/Awal.Tahun.2017.Kota.Malang.Targetkan.Jadi.Destinasi.Wisata.Halal/>. Diakses 1 Oktober 2017).
- Merdeka. 2017. *Pemkot Malang Ajak Pelaku Usaha Kembangkan Wisata Halal*, (<https://malang.merdeka.com/kabar-malang/pemkot-malang-ajak-pelaku-usaha-kembangkan-wisata-halal-171003s.html>. Diakses 2 November 2017).
- Pemerintah Kota Malang. 2017. *Kota Malang Optimis Jumlah Kunjungan Wisman Meningkat*, (<https://malangkota.go.id/2017/08/07/kota-malang-optimis-jumlah-kunjungn-wisman-meningkat/>. Diakses 1 Oktober 2017).
- Wuryasti Fetri. 2013. *Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia*, (<https://travel.detik.com/travel-news/d-2399509/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>. Diakses 20 Februari 2017).