

Efektifitas Media Dakwah Buletin “Bandung Agamis” dalam Peningkatan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kota Bandung

Sri wulan Maulida

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: wulanmaulida93@gmail.com

A. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan secara sadar, sengaja dan terencana untuk mempengaruhi pihak lain. Dalam kegiatan dakwah ada usaha untuk mengajak umat manusia untuk mengikuti agama Allah, mengajak manusia pada kebajikan (*amar ma'ruf*), memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak (*Islah*), dan mencegah manusia dari perbuatan buruk (*nahi munkar*). Kegiatan dakwah ditujukan agar timbul suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan manusia terhadap ajaran agama dengan sepenuh hati tanpa adanya unsur paksaan, sehingga tercapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Adapun yang menjadi ruang kajian dakwah adalah seluruh peristiwa dalam berdakwah, melihat dari beberapa elemen dakwah. Lebih jelasnya, ruang lingkup tersebut terbagi menjadi lima elemen. *Pertama*, subjek dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji para tokoh sebagai pelaku dakwah (da'i). *Kedua*, metode dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji metode dakwah yang dilakukan. *Ketiga*, media dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji media dakwah yang digunakan. *Keempat*, Materi dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji materi dakwah yang disampaikan da'i kepada penerima dakwah. *Kelima*, objek dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji masyarakat sebagai penerima dakwah. Disini yang menjadi topik penulis dalam melakukan penelitian adalah mengenai media dakwah yang sesuai dengan apa yang telah dilakukan ketika penulis melakukan praktek Job Training karena melihat bahwa media dakwah sangat penting dalam unsur dakwah.

Media dakwah sangat banyak bahkan bisa dikatakan sangat banyak dengan majunya perkembangan teknologi salah satunya dengan menggunakan komunikasi massa. Media tentu sangat penting dalam tersampainya suatu pesan kepada khalayak. Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.¹ Pada media massa ada beberapa jenis yang dapat dijadikan sarana dalam penyampaian pesan, salah satunya media cetak. Dalam jenis media ini terdapat banyak macamnya misalnya pada media cetak, surat kabar, majalah, buletin dan sebagainya.

Buletin adalah salah satu bentuk media publik relation yang digunakan untuk menghubungkan publik tertentu secara langsung, yang dapat diketik, distensil atau dicetak dan dialamatkan di rumah-rumah agar dapat dibaca oleh masyarakat yang ada di rumah sehingga usaha persuasi dapat berhasil. Buletin juga salah satu media komunikasi yang berbentuk kumpulan lembaran atau buku-buku yang diusahakan secara teratur oleh suatu organisasi yang memuat pernyataan resmi atau singkat yang berguna bagi publik.

Banyak komunitas/lembaga atau organisasi yang memanfaatkan buletin sebagai salah satu media dalam dakwahnya termasuk MUI Kota Bandung. Mengawali dengan memproduksi buletin pada tahun 2008 yang dinamai dengan buletin Bandung

¹ Apriadi Tamburaka. 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-2, hlm., 9.

Agamis. Pada awalnya hanya beberapa masjid yang dikirim buletin untuk dibagikan ke masyarakat, yang sekarang mengalami peningkatan menjadi lima puluh lima (55) masjid yang terus konsisten menerima titipan buletin ini untuk kemudian dibagikan ke masyarakat.

Dalam hal ini menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana efektifitas buletin Bandung Agamis dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bandung. Yang dimaksud dengan masyarakat kota Bandung di sini dispesifikasikan jama'ah masjid Haromain yang menjadi pembaca buletin ini. Hal ini bertujuan ingin mengetahui dampak dari buletin itu terhadap keberagaman (religiusitas) masyarakat Kota Bandung. Maka dengan itu penulis mengajukan judul **"Efektifitas Media Dakwah Buletin 'Bandung Agamis' dalam Peningkatan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kota Bandung"**.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifan buletin Bandung Agamis dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat Kota Bandung. Dalam objek penelitian ini di spesifikasikan pada jama'ah masjid Haromain.

B. Landasan Teori

Tinjauan Teoritis Tentang Dakwah

Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi, istilah dakwah (دعوة) berasal dari kata دعا / fi'il mādī dan يدعو / fi'il mudāri' yang artinya memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, dan mendorong. Ditinjau dari terminologi/istilah, banyak pendapat mengemukakan mengenai pengertian atau definisi dakwah, Menurut M. Arifin, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Elemen Dakwah

Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai hal, diantaranya dengan lisan, tulisan atau akhlaq. Dalam kegiatan dakwah ini tentunya menggunakan media dan cara yang diperbolehkan oleh akhlaq. Adapun yang menjadi ruang kajian dakwah adalah seluruh peristiwa dalam berdakwah melihat dari beberapa elemen dakwah. Lebih jelasnya, ruang lingkup tersebut menjadi lima elemen, yaitu: subjek dakwah. Ruang lingkup ini mengkaji para tokoh sebagai pelaku dakwah (da'i). Metode dakwah, Ruang lingkup ini mengkaji metode dakwah dilakukan. Media dakwah, Ruang lingkup ini mengkaji media dakwah yang digunakan. Materi dakwah, Ruang lingkup ini mengkaji materi dakwah yang disampaikan da'i kepada penerima dakwah. Objek dakwah, Ruang lingkup ini mengkaji masyarakat sebagai penerima dakwah. Disini yang akan dibahas secara mendalam adalah media dakwah sesuai dengan apa yang telah dilakukan ketika praktek job training. Melihat bahwa media dakwah sangat penting dalam unsur dakwah.

Jenis Dakwah

Pengertian Komunikasi Massa

Dalam buku Komunikasi massa karya Dr. Elvinaro dkk. Menjelaskan pengertian tentang komunikasi massa yaitu suatu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Maka dari penjelasan itu kita dapat simpulkan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Menurut Gerbner dalam buku Komunikasi Massa, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari penjelasan-penjelasan diatas kita bisa ambil kesimpulan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik, diantaranya : komunikator terlembagakan, pesan bersifat umum, komunikannya anonim dan heterogen, media massa menimbulkan keserempakan, komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, komunikasi massa bersifat satu arah, stimulasi alat terbatas, serta umpan balik tertunda dan tidak langsung.

Media Massa

Pada komunikasi massa mempunyai beberapa komponen yang dapat mendukung terciptanya hubungan: komunikator, simbol dan isi, media, audiens, umpan balik dan lain-lain. Yang akan kita soroti kali ini yaitu pada komponen mediana. Media tentu sangat penting dalam tersampainya suatu pesan kepada khalayak. Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.² Massa menurut Gustave Le Bon (pelopor psikologi massa), massa merupakan suatu kumpulan orang banyak, berjumlah ratusan atau ribuan yang berkumpul dan mengadakan saling hubungan untuk sementara waktu karena minat atau kepentingan bersama yang bersifat sementara.³

Dengan demikian media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Media massa pula ialah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa dihasilkan. Secara spesifik institusi media massa adalah: (1) sebagai saluran produksi dan distribusi konten simbolis; (2) sebagai institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang ada; (3) keikutsertaan baik sebagai pengirim atau penerima sukarela; (4) menggunakan standar profesional dan birokrasi; (5) media sebagai perpaduan antara kebebasan dan kekuasaan.⁴

Buletin

Pada media massa ada beberapa jenis yang dapat dijadikan sarana dalam penyampaian pesan, antara lain: media cetak dan media elektronik. Dalam media ini terdapat banyak macamnya misalnya pada media cetak, surat kabar, majalah, buletin dan sebagainya. Sedangkan pada media elektronik yaitu, radio siaran, televisi, media online dan banyak lagi.

Buletin adalah salah satu bentuk media publik relation yang digunakan untuk menghubungkan publik tertentu secara langsung, yang dapat diketik, distensil atau dicetak dan dialamatkan di rumah-rumah agar dapat dibaca oleh masyarakat yang ada di rumah sehingga usaha persuasi dapat berhasil. Buletin adalah publikasi (oleh organisasi) yang yang mengangkat perkembangan suatu topik atau aspek tertentu dan

² Apriadi Tamburaka. 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-2, hlm., 9.

³ Ibid., hlm. 11.

⁴ Apriadi Tamburaka. 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-2, hlm., 9.

diterbitkan/ dipublikasikan secara teratur (berkala) dalam waktu yang relatif singkat (harian hingga bulanan).

Buletin ditujukan kepada khalayak yang lebih sempit, yang berkaitan dengan bidang tertentu saja. Tulisan dalam buletin umumnya singkat dan padat (mirip berita) di mana digunakan bahasa yang formal dan banyak istilah teknis berkaitan dengan bidang tersebut. Buletin merupakan salah satu media komunikasi visual yang berbentuk kumpulan lembaran-lembaran atau buku-buku diusahakan secara teratur oleh suatu organisasi atau instansi. Dalam buletin dimuat pernyataan-pernyataan resmi dan singkat berguna bagi publik.

C. Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan mendeskripsikan keefektifan buletin Bandung Agamis dalam religiusitas jama'ah masjid Al Haromain. Fokus kajian ini merupakan hasil observasi dan wawancara yang peneliti telah lakukan. Langkah awal untuk memperoleh data, peneliti yang sebelumnya melakukan Job Training di MUI Kota Bandung dan membantu pada bidang redaksi buletin Bandung Agamis melakukan observasi sekaligus terjun langsung pada pembuatan buletin. Untuk memperoleh data yang akurat dan lengkap, peneliti observasi ke beberapa masjid-masjid yang mendapatkan titipan buletin, dan selanjutnya melakukan wawancara pada DKM masjid tersebut terkhusus pada masjid Al Haromain yang menjadi fokus objek. Selanjutnya untuk memperkuat data, peneliti melakukan penyebaran angket ke jama'ah masjid Al Haromain. Ada sekitar sembilan orang yang berhasil peneliti ambil data sample yaitu, Fathiyakan(18 thn), Fajar (18 thn), Umar (18 thn), Cahya (23 thn), Dena (47 thn), Sandi (23 thn) dan Sopian (22 thn).

Berdasarkan hasil observasi dilapangan buletin Bandung Agamis sedikit berpengaruh pada pemahaman keagamaan jama'ah masjid Al Haromain. Ditengah observasi penelini menemukan tidak hanya buletin Bandung Agamis yang ada di Masjid Al Haromain. Tidak adanya kerjasama antara MUI Kota Bandung dengan DKM masjid Al Haromain dalam pengevaluasian keefektifan buletin pada jama'ah. Hal ini didukung oleh pernyataan ketua DKM masjid Al Haromain yaitu pak Ali bahwa tidak terlalu memperhatikan dampak adanya buletin pada pemahaman jama'ah masjid Al Haromain. Dapat kita ketahui dari hasil informan dan data sample yang telah diambil bahwa jama'ah masjid Al Haromain tidak terlalu memperhatikan pada kandungan (konten) buletin Bandung Agamis. Namun ada pula yang selalu membaca dan memahami konten-konten yang dijelaskan pada buletin. Sebagian besar lainnya hanya membaca sekilas tanpa memahami penjelasan dalam buletin.

Dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan jama'ah masjid Al Haromain, buletin mempunyai sedikit pengaruh. Hal ini dikuatkan pada keterangan DKM masjid Al Haromain bahwa setelah adanya buletin, jama'ah sholat di masjid Al Haromain bertambah sedikit demi sedikit. Hal ini bisa menjadi pertanda bahwa buletin Bandung Agamis sedikit efektif dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan jama'ah. Seperti yang dijelaskan oleh Glock bahwa religiusitas itu bisa dilihat dari lima aspek, yaitu keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, pengamalan atau konsekuensi.

D. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa buletin Bandung Agamis kurang efektif dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan jama'ah masjid Al Haromain.

Daftar Pustaka

Apriadi Tamburaka. 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-2

Prof. Drs. H. A. W. Widjaja. *Komunikasi Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara

Dr. Djamaludin Ancok. *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. VIII

Arifin Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Oemi Abdurrahman, *Dasar-dasar Publik Relation, Alumni*; Bandung (1986), hlm 100.

<http://www.dosenpendidikan.com/buletin-pengertian-fungsi-tujuan-ciri/>

