

**Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam:
Opini Pembaca terhadap Kolom Mimbar Jum'at di KaltengPos**

Irpan Jurayz
Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya
irpanjurayzz13@gmail.com

Desi Erawati
Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya
erawati1377@gmail.com

Hakim Syah
Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya
Syah.hakim@gmail.com

Bangkit Nun Aji
UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulung Agung
Bangkit2110@gmail.com

ABSTRACT

Print media is a product of developments in information. And this article will raise an article about how print media customers view the Kalteng Pos daily newspaper where in the Friday edition there is a Jummah Friday rubric. From these results, we will draw a common thread on the role of the print media in the da'wah activities of the clergy. Where so far the method in question is da'wah bil qalam or preaching through writing that can be contained in the Kalteng Pos newspaper.

Keywords: Newspaper; Da'wah Bil Qalam; Friday pulpit.

A. PENDAHULUAN

Studi dari Central Connecticut State University pada 2016 menyebutkan, Indonesia menjadi negara ke-60 dari 61 negara dalam kegemaran untuk membaca, atau dalam perbandingannya hanya memiliki skor 0,01 persen dari sepuluh ribu penduduk¹. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Syarifuddin (mantan Menteri pendayagunaan apatur Negara) rendahnya minat baca dapat menimbulkan meningkatnya penyebaran konten negative, termasuk ujaran kebencian, hoax, isu radikalisme dan intoleran².

Secara keyakinan, islam telah memerintah umatnya untuk membaca yang itu tercatat dalam surah al-'alaq 1-5. Karena dengan membaca membuat manusia banyak akan mengetahui berbagai pengetahuan. Artinya fasilitas terbaik dalam membentuk dan mencerdaskan umat manusia ialah dengan membaca atau belajar.³ Berdasarkan yang dikemukakan Quraish shihab bahwa kunci pengetahuan adalah dengan membaca.⁴

Sebagai seorang muslim sudah menjadi keharusan, selain sebagai untuk mengingat manusia dalam menjalani kehidupan didunia, hal ini juga sebagai membentuk dan mencerdaskan umat. Mendengarkan ceramah keagamaan, mampu menambah pengetahuan terhadap suatu keadaan.⁵ Tentunya dalam sebuah kajian keislaman, akan selalu membahas tentang keilmuan, hukum dan lain sebagainya.⁶ Maka dari itu perlu seatiap insan mendengarkan atau pun menyaksikan acara-acara keagamaan yang biasanya mendengarkan ceramah dari para da'i.

¹ <https://www.republika.co.id/berita/q85gbw483/membaca-seharusnya-jadi-budaya-umat-islam>

²

<https://www.jawapos.com/features/humaniora/28/02/2019/syafuddin-beberkan-efek-buruk-rendahnya-minat-baca/>

³ Dirwan, Dirwan, Bunyamin Bunyamin, dan St Umrah. "Perintah Membaca Dalam Al-Qur'an Perspektif Pendidikan (Surah Al-Alaq)." *Al-Fikr: Jurnal Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2018): 34-47. <https://doi.org/10.32489/alfikr.v4i2.32>.

⁴ "View of Analisis Terhadap Surat Al-'Alaq Ayat 1-5 Tentang Nilai-Nilai Pendidikan Islam." Diakses 5 November 2022. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/4439/3121>

⁵ Ahmad, Irfan. "Strategi Dakwah Di Percetakan Menara Kudus Dalam Membentuk Keberagaman Masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus." Skripsi, IAIN KUDUS, 2020. <http://repository.iainkudus.ac.id/3976/>.

⁶ Salsabila, Pena. "Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah," t.t., 171. *Irfan Jurayz Dkk.... Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam....*

Secara makna dakwah berasal dari bahasa Arab “Da’wah” داعوا dari kata do’a دعاء yad’u يدعو yang berarti panggilan, ajakan, seruan⁷. Sedangkan menurut KBBI dakwah memiliki makna tentang penyiaran, Propaganda, dan penyiaran agama. Hampir sama pengertian secara bahasa didalam kitab Hidayatul Mursyidin, Syech Ali Mahfudh berpendapat bahwa dakwah merupakan Mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka padakebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.⁸ Dalam perjalanan waktu, dakwah nantinya tidak lagi mengharuskan kepada mad’unya untuk hadir disetiap kajian berlangsung.⁹ Keberhasilan dalam berdakwah apabila adanya media , agar adanya media tersebut akan mempermudah dakwah agar bisa sampai kepada mad’u. Ada beberapa macam yang harus diperhatikan oleh para juru dakwah agar informasi dakwah tersebut menghasilkan hasil yang diharapkan. Karena bagi yang menggunakan media dakwah menjadi salah kemudahan bagi da’i supaya pesan agama bisa menyebar luas. Diera yang serba maju ini seruan dakwah tidaknya bisa kita nikmati dengan lisan atau dakwah, namun ada yang namanya dakwah bil qalam. Dakwah Bil Qalam merupakan cara berdakwah untuk membantu memperbaiki kelemahan dakwah yang hanya dilakukan dengan lisan. Kekurangan dakwah bil lisan memiliki kekurangan yang pada jarak dan waktu yang terbatas, mampu dipenuhi pada dakwah yang menggunakan tulisan.¹⁰

Dakwah bil qalam atau dikenal dengan dakwah melalui tulisan saat ini dapat kita temui di beberapa media penyampaian, yakni kita bisa dapat menemuinya di buku, majalah, surat kabar, famplet, brosur, dan dikampus biasa ditemui di papan pengumuman.¹¹ Apabila pada jaman rasul media dakwah bil qalam sering menggunakan surat untuk media penyaampiannya. Pada jaman rasul sendiri dakwah bil qalam

⁷ Mohammad Hasan, 2013, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya : CV. Salsabila Putra Pratama)

⁸ Syech Ali Mahfudh/Khadijah Nasution, 1970:17

⁹ Rakhmawati, Istina. “Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.” *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49–70.

¹⁰ Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. “Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah.” *Jurnal Ilmiah Syi’ar* 19, no. 2 (30 Desember 2019): 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>.

¹¹ Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. “Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah.” *Jurnal Ilmiah Syi’ar* 19, no. 2 (30 Desember 2019): 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>.

Irpan Jurayz Dkk....

Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam....

bentuknya dimana para pemimpin saat itu mengirimnya kepada pihak kerajaan, maka sekal saat itu periode dakwah baru saja dimulai.¹² Seiring dengan berjalannya, era teknologi terus berkembang salah satunya dalam bidang informasi. Tentunya hal ini menjadi pendukung para da'i dalam aktivitasnya dalam menyebarkan nilai-nilai ke-Islaman tentunya pada metode dakwah bil qalam, dan ini menjadi peluang para mubaligh untuk mengembangkan informasi dakwahnya.

Dizaman sekarang ini dakwah bil qalam dapat ditemui diberapa spot seperti baliho, brosur, media online, dan tulisan dikoran. Dakwah melalui media cetak tak kalah lebih efektif, mengingat tidak selamanya seseorang bisa ikut dalam pengajian dengan segudang aktivitas pekerjaan yang dilakoni.¹³ Adanya wadah yang bisa memudahkan dalam berdakwah ini sehingga ini bisa dimanfaatkan oleh para da'i untuk berdakwah. Pada proses menjalankan dakwah bil qalam itu para da'i dituntut atas keseriusannya, karena manusia sekarang cenderung memanfaatkan media masa, menurut William L. Rivers, media cetak berperan penting karena sebagai alat mendapatkan informasi. Berdakwah dengan media masa seperti surat kabar memiliki karakteristik sendiri, karena mampu menyampaikan deksrifitif pesan keagamaan dalam bentuk tulisan maupun gambaran. Pada saat melakukan dakwah ini memerlukan teknik yang tepat dan peningkatan pada materi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, artinya perlu adanya selektif.¹⁴

Media massa memiliki peran penting dalam control ditengah masyarakat. Unsur media massa salah satunya, yakni civil society memiliki kekuatan dalam membuat opini masyarakat. Informasi yang disajikan biasa disebut dengan berita mampu berdampak luar biasa bagi wawasan masyarakat. Fungsi media massa sebagai media pendidikan dan informasi juga disebut ikut andil dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Demikian pula fungsi media massa sebagai media kontrol sosial, diharapkan memiliki keberanian untuk mencegah berbagai persoalan negatif dalam kehidupan sosial.¹⁵ Dengan ini peran media sangatlah penting bahkan strategis dalam pengembangan umat kedepan. Berbagai fungsi strategis media cetak adalah nilai plus untuk mengembangkannya sebagai dari strategi pembangunan keumatan.

¹² Zaini, Ahmad. "Dakwah Melalui Media Cetak" 2 (2014): 17.

¹³ Jasad, Usman. "Dakwah melalui Media Cetak" 2 (2019): 10.

¹⁴ Kango, Andries. "Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014): 105-14.

¹⁵ Rosihan Anwar, *Wartawan dan Penguatan Fungsi Kontrol Sosial Media*, (Cahaya Ilmu, Jakarta: 2009) hlm.73

Irpan Jurayz Dkk....

Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam....

Bahkan, sejarah mencatat media massalah yang telah menggerakkan berbagai perubahan diberbagai belahan dunia.¹⁶ Secara teori komunikasi, teori tersebut merupakan hasil dari proses belajar (learning) yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat. Teori ini berangkat sejak pembangunan pasca perang dunia II oleh negara-negara jajahan melalui media massa.¹⁷ Kesempatan ini dilirik langsung oleh muslim yang peduli terhadap pengembangan syi'ar agama, maka sudah terlihat sudah banyak perusahaan yang mengangkat konten dakwah, bahkan dengan sengaja membangun media-media yang bernuansa Islami. Pengembangan identitas nasional, dalam hal ini media massa dapat membantu identitas kebangsaan (nasionalitas) bagi negara-negara baru, dan membantu memperkenalkan tata cara demokrasi dalam berbagai kebijakan. Jika ada penyimpangan-penyimpangan media cukup jeli untuk melakukan kritikan dan hal ini merupakan bagian dakwah dari dakwah meskipun itu tidak berlabel islami, namun secara subtansial menjadi bagian dari dakwa itu sendiri.

Bicara komunikasi massa pada dasarnya berbicara satu sisi konsep komunikasi massa mengandung pengertian sebagai suatu proses dimana institusi media massa memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas, namun pada sisi lain, komunikasi massa merupakan proses pesan itu dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audiens. Dan dengan adanya fasilitas yang terdapat dimedia massa, ini juga bisa digunakan dalam penyebaran konten-konten keislaman dengan tujuan untuk syi'ar agama islam. Dan ini menjadi kemajuan dalam dunia dakwah yang saat ini sudah puluhan tahun dijalankan oleh para da'i.

Sebagai orang yang terjun dalam dunia syi'ar dakwah, perlu melihat situasi dan kondisi masyarakat dizaman sekarang. Dimana sebagai komunikator perlu memenuhi kebutuhan para pendengar, supaya pesan dakwah mampu mengisi kesaharian para pembaca terkhusus mengisi disela waktu senggangnya. Pemilihan tema yang tepat dan menarik, salah bentuk menjawab tuntutan para mad'u dan menjawab bahwa saat ini dakwah mampu mengikuti arus perkembangan dengan ssajian yang tidak jauh situasi dan kondisi saat itu. Pesan dakwah harus menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami agar bisa diamalkannya dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan tulisan yang disajikan mampu menghipnotis masyarakat. Dan

¹⁶ Jasad, Usman. "Dakwah melalui Media Cetak" 2 (2019): 10.

¹⁷ Tata Taufik, Etika Komunikasi Islam, (Cet.I. Bandung; Pustaka Setia,, 2012), h. 46

ini menjadi pekerjaan rumah bagi para da'i atau jurnalis Muslim dalam memanfaatkan dunia pers khususnya media cetak sebagai peluang dalam berdakwah.¹⁸

Setiap media massa baik cetak maupun online memiliki aturam dalam manajemen, struktur ini diperuntukan terhadap dalam mengelola informasi dan opini yang mengangkat rubrik yang ada pada setiap media massa. Dalam manajemen media massa, pengelolaan sumber daya manusia, sumber daya alam, sumber daya dana, dan sumber daya informasi diharapkan dapat dikelola secara efektif agar mampu mencapai target yang telah ditentukan.¹⁹ Dengan sistem manajemen yang baik, distribusi informasi yang sehat kepada audiens dapat tercapai tanpa mengganggu keberlangsungan usaha dari perusahaan media tersebut, serta terpenuhinya kesejahteraan bagi para wartawannya.

Media cetak adalah media masa yang menggunakan media cetak seperti kertas koran yang didalamnya ada tulisan yang berupa kata-kata dan kalimat, tetapi tulisan itu bukanlah tulisan biasa layaknya surat-menyurat melainkan tulisan yang disebut news (berita) yang teknik penulisannya mengikuti kaidah jurnalistik. Media cetak maupun media elektronik umumnya berfungsi, yakni menyiarkan informasi. Fungsi ini merupakan fungsi utama yang didapatkan pada media massa, karena masyarakat membeli media tersebut karena memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di dunia ini. Selanjutnya mendidik, dimaksud sebagai pendidikan dimana pesan-pesan yang disajikatulisan yang mengandung pengetahuan sehingga dapat dijadikan media pendidikan massa. Ketiga, menghibur, dimana pada media massa memiliki rubrik-rubrik atau program-program yang bersifat hiburan. Hal itu memang disengaja dilakukan oleh setiap pihak media massa untuk menghibur atau yang lebih penting lagi untuk mengimbangi berita-berita berat (hard news) dan artikel-artikel yang dapat mengurus perhatian dan pikiran pembaca. Keempat, memengaruhi. Melalui fungsinya yang keempat ini pers memegang peranan penting dalam tatanan kehidupan masyarakat. Melalui fungsi-fungsi tersebut, khususnya fungsi memengaruhi, media cetak dapat melakukan kontrol sosial (social control) secara bebas dan bertanggung jawab.

¹⁸ Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. "Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (30 Desember 2019): 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>.

¹⁹ Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa: Konsep Dasar, Pengelolaan, Dan Etika Profesi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020). Hlm. 20
Irpan Jurayz Dkk.... Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam....

Media dakwah merupakan unsur yang paling penting digunakan dalam setiap aktivitasnya, dalam proses dakwah yang dijalankan, perlu adanya media yang digunakan agar lebih efektifitas.²⁰ Saat ini media yang seperti itu sudah banyak media yang memanfaatkan sumber daya manusia dalam berdakwah untuk dimanfaatkan keilmuannya untuk mengisi halaman media massa dengan konten islami. Berbicara tentang media khususnya dalam media dakwah di kota Palangka Raya sendiri ada beberapa jenis media cetak yang setiap harinya mendistribusikan koran. Namun dari keseluruhan perusahaan, hanya harian Kalteng Pos yang menyediakan konten dakwah bil qalam pada korannya, yang disebut dengan “Mimbar Jum’at” terbit di hari Jumat.

Berdasarkan fenomena demikian, maka tujuan kajian ini mengetahui bagaimana pendapat masyarakat khusus pelanggan muslim koran Kalteng Pos.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data primer pelanggan muslim kalteng pos. Yang mana terdiri dari lima informan yang semua berjenis kelamin laki-laki, dengan pekerjaan sebagai pejabat pemerintahan, dengan usia 40 tahun keatas, dan berdomisili di Palangka Raya. Adapun teknik pengumpulan data pada peneltian pertama observasi, dimana teknik ini berupa pengamatan dan catatan dengan sistematis mengenai gejala-gejala yang diselidiki.²¹ Observasi yang dilakukan di lapangan dengan mengunjungi lembaga/instansi terkait dimana tempat informan bekerja. Adapun proses pengamatan di lakukan kunjungan masing-masing dua kali setiap intansi.

Tahapan selanjutnya menggunakan teknik wawancara, tanpa sturktur sesuai dengan masalah yang diangkat. Wawancara dilakukan di masing-masing instansi atau lembaga pemerintahan sebagai informan utama adalah tenaga administrasi seperti kepala dinas, anggota DPRD provinsi, dan bidang humas. Langkah selanjutnya dalam proses pengumpulan data menggunakan dokumentasi, dimana didapatkan melalui koran secara *printed*, artikel, dan buku.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Kolom Mimbar Jum’at di KaltengPos

²⁰ Rakhmawati, Istina. “Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49–70.

²¹ Nana Sudjana, Penelitian dan Penilaian (Bandung: Sinar Baru,1989),hlm.84.

Irpan Jurayz Dkk....

Media Cetak dan Dakwah Bil Qalam....

Kalteng Pos berdiri sejak 1 September 1993 yang menjadikannya media cetak terbesar dan tertua yang terdapat di Kalimantan Tengah. Harian Kalteng pos setiap harinya mencetak koran untuk disebarkan terdistribusikan di 13 kabupaten dan satu kota meliputi wilayah Kotawaringin Barat, Kotawaringin Timur, Barito Utara, Barito Selatan, Barito Timur, Palangka Raya, Murung Raya, Kapuas, Gunung Mas, Pulang Pisau, Lamandau, Katingan. Perusahaan ini selama 29 tahun dengan oplah 45.029 eksemplar setiap harinya didistribusikan di 13 Kabupaten dan kota. Koran yang diterbitkan menjadi bacaan keluarga yang dibaca mulai dari anak-anak, remaja, dewasa dengan jumlah pembaca seimbang antara laki-laki dan perempuan. Pada hari jum'at Perusahaan media cetak setiap edisi hari jum'at selalu mengeluarkan konten dakwahnya dengan nama Mimbar Jum'at. Yang mana rubrik mimbar jum'at itu bentuk kerja sama pihak perusahaan sebagai penerbit dan pihak pembuat konten dari para dosen IAIN Palangka Raya.

Kolom Mimbar Jum'at Kalteng Pos Koran Harian Kalteng Pos setiap hari jum'at memiliki kolom khusus yang diisi dengan konten dakwah. Dimana konten telah dimulai sejak tahun 2009 yang lalu. Hal ini untuk memberikan pengetahuan hal keagamaan kepada masyarakat Kalimantan Tengah. Ada beberapa indikator terdapatnya kolom mimbar jum'at di harian Kalteng Pos adalah, Konsep yang dimasukkan sebagai nasehat atau inti dari pelajaran yang tidak menggurui. Artinya melalui rubrik atau kolom ini peran pembaca Kalteng Pos di ajak untuk mencermati nasehat yang disajikan tanpa harus menggurui. Pembaca diajak untuk merenungi beberapa peristiwa dan kejadian sehari hari lewat bahasa yang ringan. Rubrik mimbar jum'at ini sebagai daya tarik atau ciri khas tersendiri dari harian umum Kalteng Pos dengan surat kabar lainnya. Mimbar jum'at dibuat untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai media interaktif terhadap persoalan-persoalan agama Islam yang ada di tengah-tengah masyarakat. Persoalan itu antara lain tentang ibadah mahdlah, ibadah sosial, dan tanggapan persoalan kebijakan pemerintah yang kemudian dikaitkan dengan agama. Pada bulan Mei 2014, ada kerjasama Kalteng Pos dengan IAIN Palangka Raya yang saat itu masih berstatus STAIN Palangka Raya. Pada pengisian mimbar jum'at 2 kali dalam sebulan, 2 kalinya bebas dan kerjasama dengan IAIN minggu pertama dan minggu terakhir. Kebanyakan para penulis rubrik jum'at berdasarkan dengan momen dan ada juga berdasarkan dengan menarik. Namun saat ini kerja sama itu membuat IAIN Palangka Raya dijadikan

penyuplai konten mimbar Jum'at sepenuhnya yang terbit setiap Jum'at atau satu minggu sekali.

2. Opini Pembaca terhadap Kolom Mimbar Jum'at di Kalteng Pos

Berdasarkan hasil temuan, opini pelanggan muslim kalteng pos terkait dengan mimbar jum'at menyatakan bahwa tidak semua media cetak yang memuat tentang kajian-kajian dakwah. selanjutnya diungkapkan juga bahwa kolom mimbar jum'at ini menambah wawasan keagamaan seperti tauhid, syariah, fiqih, dan akhlak. Tema-tema dalam mimbar Jumat bagi pelanggan muslim sesuai dengan situasi dan kondisi sosial masyarakat baik secara lokal, nasional maupun global.

Selain menerbitkan konten dakwah, pihak perusahaan Kalteng Pos menerbitkan Mimbar Jum'at juga beriringan dengan kondisi pada saat itu. Salah satu konten yang seperti mimbar jum'at edisi dengan judul 'Ramadhan karim' yang terbit pada 18 Maret 2022, dimana hari itu sedang menuju memasuki bulan suci ramadhan. Contoh lainyapada tanggal 29 April 2022 dengan judul 'Idul Fitri Dengan Hati Yang Bersih' dimana moment itu menjelang pada berakhirnya puasa, dan muslim akan merayakan hari rayanya yakni Idul Fitri. Seminggu kemudian masih dalam suasana ramadhan Kalteng Pos menerbitkan Mimbar Jum'at dengan judul 'Multi Kemenangan Idul Fitri'. Selanjutnya pada 10 Juni 2022 judul yang diterbitkan 'Menyesal Umrah dan Haji' dimana pada saat itu telah memasuki musim haji. Tentunya ini bentuk keseriusan untuk mempertahankan kualitasnya sebagai media cetak terbesar di kalimantan tengah.

Pada dakwah bil qalam yang terdapat di Kalteng Pos, konten yang dimuat biasa berkelanjutan. Seperti tema yang berkaitan dengan bulan ramadhan, maka ada lima tema yang berkaitan dengan bulan suci tersebut. Begitu juga pada tema idul fitri dan tema bulan haji. Pembahasan inilah menjadi pembeda dengan media elektronik yang mengangkat tema cukup sampai satu kali penerbitan. Untuk judul yang diangkat juga bersifat eksklusif yang berbeda dengan judul yang terdapat pada media massa online. Hal ini dikarena judul yang diangkat memerlukan kajian oleh akademisi.

Antusias pembaca lebih tertarik dengan konten yang ada dimedia cetak, hal ini karena sifatnya yang eksklusive karena ada standar-standar yang dipenuhi agar bisa terbit pada koran harian. Hal ini merupakan persepsi yang dibentuk oleh sebagian masyarakat. Dengan persepsi itu membuat koran menjadi bacaan spesial dari pada media massa online.

Memiliki pola terbit yang teratur, membuat mimbar jum'at menjadi rubrik yang konsisten dalam aturan. Hal ini menunjukkan adanya manajemen khusus yang mengaturnya. Selanjutnya dengan pola itu juga menjadikan Mimbar Jum'at konten yang spesial karena memiliki edisi tertentu dalam penerbitannya. Ditambah lagi penyuplai konten tersebut datang dari akademisi membuat tulisan yang dimuat memiliki nilai yang tinggi dimata masyarakat.

Pada era yang sudah berkemajuan, berdakwah bukan lagi identik dengan ulama. Dengan kemajuan dan wadah yang bermacam-macam membuat berdakwah bisa dilakukan kapan dan dimana saja.²² Yang paling utama pada proses dakwah bagaimana pesan-pesan yang ingin disampaikan pada para penerima melalui berbagai media. Pada dasarnya dalam penyampaian pesan dakwah ada teori komunikasi didalamnya, Da'i sebagai komunikator dan penerima dakwah sebagai komunikan.²³ Seperti pada media cetak dapat ditemukan konten dakwah yang berisikan materi yang sesuai dengan kondisi yang sedang berjalan.²⁴ Karena peran dakwah yang terdapat pada media cetak, mementingkan pihak pembaca sebagai target. Pada media cetak dapat dilihat bagaimana kelebihan yang dimilikinya. Dibanding dengan media lain, koran salah satu produknya media cetak mampu dibaca berulang-ulang dan bertahan lebih lama. Dan pihak perusahaan mempunyai wewenang untuk menentukan tema sesuai dengan kebutuhan masyarakat khalayak.²⁵

Peran surat kabar dalam menyebarkan berita dan media dakwah sangatlah penting.²⁶ Diera modern saat ini, perusahaan media informasi bukan hanya pada media cetak saja, namun ada media online yang mampu diakses secara mobile. Tentu dua jenis media memiliki karakteristik masing-masing, Onong Effendy mengemukakan pendapatnya, bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa

²² Ghofur, Abdul. "Dakwah Islam Di Era Milenial." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (25 Agustus 2019): 136-49. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v5i2.405>.

²³Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (1 Maret 2018). <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.

²⁴Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. "Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (30 Desember 2019): 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>

²⁵Fitriani, Rina. "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Rubrik Dialog Jum'at Koran Lombok Post." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 10, no. 1 (1 Juni 2018): 1-17. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i1.532>.

²⁶Fuadi, Nurul. "Etika Berdakwah Melalui Media Cetak/Surat Kabar." *Jurnal Ilmiah Islamic Resources* 17, no. 1 (2020): 32-39.

elektronik hanya direspon oleh para khalayak hanya sekilas, sedangkan pesan-pesan yang disiarkan media cetak dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada tiap kesempatan. Pada media elektronik juga pesan yang disebarkan harus mudah dicerna pendengar atau pemirsa, sedangkan pada media cetak dapat *sophisticated* dan ilmiah. Ketiga, pada media cetak sering terjadi polemik yang berkelanjutan, berbeda yang terdapat pada media elektronik hanya selesai sampai disitu. Keempat, media cetak memiliki daya persuasi yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan media elektronik karena pesan-pesan persuasif media cetak lebih ditujukan kepada rasio atau pikiran, sedangkan pada media elektronik lebih banyak ditujukan kepada perasaan.²⁷

Seperti pendapat salah satu informan, yang merupakan seorang kepala Kementerian Agama Kota Palangka Raya, menjelaskan mimbar Jum'at merupakan bentuk dakwah dalam bentuk tulisan. Adanya kemajuan dalam dunia informasi, hal itu dapat dimanfaatkan sebagai da'i dalam berdakwah. "tentunya ini menjadi kemajuan dan dapat dimanfaatkan oleh para ulama, dan kita juga melihat bagaimana sebagian ulama telah memanfaatkan kemajuan ini."

Untuk memerankan dakwah melalui media surat kabar, ada beberapa asumsi yang mesti disepakati. Pertama, bahwa cakupan dan fungsi dakwah sangat luas. Kedua, nilai-nilai Islam adalah universal yang mampu melakukan penetrasi terhadap setiap institusi social manapun. Ketiga, secara praktis dan teoritis ada perbedaan antara pers Islam dengan pers umum. Keempat, keragaman dalam batas-batas tertentu merupakan khasanah yang berharga, dan bukan merupakan bencana. Perbedaan adalah rahmat, dengan kata lain banyak cara untuk menyatakan nilai-nilai Islam.²⁸

Hendaknya pesan yang disiarkan pada surat kabar kepada masyarakat sarat akan makna, dengan cara yang baik, lemah lembut dan penuh kesabaran, serta dengan argument terbaik.²⁹ Media cetak memiliki daya tarik yang kuat bagi pembaca. Maka dari itu pesan dakwah yang dibawa oleh media cetak mampu mempengaruhi keadaan para pembaca seperti perilaku dan kebiasaannya. Dengan ini bahasa yang digunakan pihak perusahaan semestinya diatur dengan sederhana mungkin, agar semua kalangan bisa membaca dan

²⁷ Effendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1998. h. 154

²⁸ Nasriah, ST. "Surat Kabar Sebagai Media Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 13, no. 1 (2012): 16.

²⁹ Q.S. an-Nahl: 125

mengerti pesan yang dibawakan. Dan menjadinya lebih bernilai perlu adanya sosok yang layak untuk konsisten dalam memberikan konten tersebut yang nantinya surat kabar terbitkan. Hal ini bentuk dari konsisten dan keseriusan pihak penerbit untuk memberikan pelayanan kepada para pembaca. Peka terhadap keadaan dan situasi yang terjadi, bisa dijadikan sebagai referensi agar selaras dengan kebutuhan yang diinginkan oleh orang-orang.

Bahasa digunakan dalam media cetak untuk menyampaikan informasi sudah diatur agar bisa dipahami oleh pembaca. Dan ini menjadi pendukung apabila hal tersebut diterapkan pada konten dakwah dalam tulisan agar bisa dicerna oleh para mad'u. Dan dakwah dengan nada keras dan kata-kata kasar yang pastinya tidak akan diterima oleh pihak manajemen. Secara fakta ini disampaikan oleh informan yang bekerja pada bagian Humas kantor wilayah Kementerian Agama Kalimantan Tengah.

Pada koran harian pada umumnya telah menyiapkan konten pada kolom (rubrik) artikel/opini bagi pembaca. Pada Rubrik artikel merupakan bagian dari halaman opini seperti tajuk rencana, artikel, surat pembaca, karikatur, dan termasuk juga dakwah. Kolom artikel sesungguhnya dikhususkan untuk masyarakat umum, artinya siapapun boleh memberikan karya tulisnya untuk dimasukkan kedalam kolom artikel, asal isi tulisannya aktual, fakta, menarik, memakai bahasa jurnalistik, dan lolos seleksi menurut redaktur koran yang bersangkutan.

Konsep yang dimasukkan sebagai nasehat atau inti dari pelajaran yang tidak menggurui. Artinya melalui rubrik atau kolom ini peran pembaca Kalteng Pos di ajak untuk mencermati nasehat yang disajikan tanpa harus menggurui. Pembaca diajak untuk merenungi beberapa peristiwa dan kejadian sehari-hari lewat bahasa yang ringan. Rubrik mimbar jum'at ini sebagai daya tarik atau ciri khas tersendiri dari harian umum Kalteng Pos dengan surat kabar lainnya. Mimbar jum'at dibuat untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai media interaktif terhadap persoalan-persoalan agama Islam yang ada di tengah-tengah masyarakat. Persoalan itu antara lain tentang ibadah mahdlah, ibadah sosial, dan tanggapan persoalan kebijakan pemerintah yang kemudian dikaitkan dengan agama.

Dakwah bil qalam adalah bagian dari jurnalistik Islami dan jurnalistik pada umumnya. Jurnalistik adalah proses kegiatan mengolah, menulis, dan menyebarluaskan berita atau opini melalui media massa. Dengan demikian, membuka wawasan dan pemahaman umat Islam tentang dakwah bil qalam dan menumbuhkan minat serta

ikut berpartisipasi dalam berkarya menjadi urgen saat ini. Surat kabar yang beredar dengan berbagai karakteristik dan ideologi masing-masing memberi warna tersendiri dalam dunia pers di Indonesia, salah satunya adalah surat kabar Kalteng pos yang memuat informasi tentang dunia keislaman dan umum. Secara khusus memuat banyak informasi yang bersifat universal. Oleh karena itu, masyarakat mudah mendapatkan pengetahuan agama dan pengetahuan umum dalam satu surat kabar. Surat kabar ini memiliki visi dan misi dakwah dalam penyampaian beritanya. Sehingga tulisan yang disajikan mampu mempengaruhi, merangsang, serta menggerakkan masyarakat terlibat secara aktif dalam gerakan dan aktifitas pembangunan sektor keagamaan dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif demi mengembangkan dan keberhasilan syiar dakwah.

Dengan adanya dakwah ini pastinya waktu luang dengan membaca koran yang terdapat konten dakwah mampu menambahkan keilmuan tentang pengetahuan Islami. Dan pada konten tersebut mengangkat masalah fiqih, syari'ah, akidah akhlak, dan hingga tasawu. Tentu ini menjadi pembeda dengan media cetak lainnya. Terkhusus yang disampaikan oleh Kepala Dinas Pemuda dan Olah Raga Provinsi Kalimantan Tengah.

“ini pembeda dengan media pada umumnya dengan fokusnya dengan berita saja, namun terobosan ini menjadikan media cetak kalteng pos setiap minggunya khusus hari jum'at ada yang berbeda,”

C. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan yang ada diatas, bahwa dengan adanya perkembangan zaman hal ini juga berdampak pada media teknologi dan informasi. Adanya media massa salah satu bentuk produk pesatnya kemajuan, yang juga berdampak pada bertambahnya metode keragaman pada penyebaran dakwah islami. Da'i sebagai komunikator dan mad'unya sebagai komunikan salah satu unsur dakwah yang bisa terpenuhi dalam berdakwah, bahkan dengan adanya media massa membuat para jama'ah tidak perlu melakukan kegiatan bertemu langsung. Yang pastinya dakwah saat ini tidak lagi identik dengan mimbar dan mengumpulkan masa yang banyak. Akan tetapi semua telah tersampainya dengan adanya media cetak yang memuat konten dakwah didalamnya yang tersampaikan kepada para pembaca selaku jamaahnya. Metode dakwah bil qalam telah membantu memudahkan para da'i untuk berdakwah dan menyebar luaskan pesannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Irfan. "Strategi Dakwah Di Percetakan Menara Kudus Dalam Membentuk Keberagaman Masyarakat Kecamatan Kota Kabupaten Kudus." Skripsi, IAIN KUDUS, 2020. <http://repository.iainkudus.ac.id/3976/>.
- Dirwan, Dirwan, Bunyamin Bunyamin, dan St Umrah. "Perintah Membaca Dalam Al-Qur'an Perspektif Pendidikan (Surah Al-Alaq)." *Al-Fikr: Jurnal Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2018): 34-47. <https://doi.org/10.32489/alfikr.v4i2.32>.
- Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia. "Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah." *Jurnal Ilmiah Syi'ar* 19, no. 2 (30 Desember 2019): 224. <https://doi.org/10.29300/syr.v19i2.2551>.
- Fitriani, Rina. "Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Rubrik Dialog Jum'at Koran Lombok Post." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 10, no. 1 (1 Juni 2018): 1-17. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i1.532>.
- Fuadi, Nurul. "Etika Berdakwah Melalui Media Cetak/Surat Kabar." *Jurnal Ilmiah Islamic Resources* 17, no. 1 (2020): 32-39.
- Ghofur, Abdul. "Dakwah Islam Di Era Milenial." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (25 Agustus 2019): 136-49. <https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v5i2.405>.
- Jasad, Usman. "Dakwah Melalui Media Cetak" 2 (2019): 10.
- Kango, Andries. "Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014): 105-14.
- "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (1 Maret 2018). <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>.
- Nasriah, ST. "Surat Kabar Sebagai Media Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 13, no. 1 (2012): 16.
- Rakhmawati, Istina. "Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49-70.
- Salsabila, Pena. "Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah," t.t., 171.
- "View of Analisis Terhadap Surat Al-'Alaq Ayat 1-5 Tentang Nilai-Nilai Pendidikan Islam." Diakses 5 November 2022. <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/aliman/article/view/4439/3121>.
- Zaini, Ahmad. "Dakwah Melalui Media Cetak" 2 (2014): 17.

- Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa: Konsep Dasar, Pengelolaan, Dan Etika Profesi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020). Hlm. 20
- Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1998. h. 154
- Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa: Konsep Dasar, Pengelolaan, Dan Etika Profesi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020). Hlm. 20
- Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung; Remaja Rosdakarya, 1998. h. 154
- <https://www.republika.co.id/berita/q85gbw483/membaca-seharusnya-jadi-budaya-umat-islam>
- <https://www.jawapos.com/features/humaniora/28/02/2019/syafuruddin-beberkan-efek-buruk-rendahnya-minat-baca/>