



PERAN MAJALAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Hilman Fadil^{*}, Sitty Sumijati¹, Rojudin¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

**Email : hilmanfadil13@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran Majalah Hidayatullah sebagai industri media dakwah dalam konteks dakwah dan bagaimana media ini dapat berfungsi sebagai sumber informasi, kontrol sosial, manajemen, serta inovasi bagi masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori agenda setting yang mengacu kepada teori dari McCombs dan teori peran media massa yang mengacu kepada teori Quail. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Majalah Hidayatullah mampu menetapkan agenda publik dalam isu keagamaan dan moralitas serta memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini publik dan menjaga eksistensinya sebagai media dakwah di era digital yang penuh tantangan saat ini.

Kata Kunci : Peran media massa; Majalah; Media dakwah

ABSTRACT

This study aims to explore the role of Hidayatullah Magazine as a da'wah media industry in the context of da'wah, and how this media can serve as a source of information, social control, management, and innovation for society. This research was conducted using a descriptive qualitative method. The theories used in the study are McCombs' agenda setting theory and Quail's theory of the role of mass media. The results of the study indicate that Hidayatullah Magazine is able to set a public agenda on religious and moral issues. As well as, it has a strategic role in influencing public opinion and maintaining its existence as a da'wah media in the challenging digital era we are currently in.

Keywords : *The role of mass media; Magazines; Da'wah media*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mengubah berbagai kebiasaan masyarakat dunia, terutama dalam penggunaan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi. Di Indonesia, pengguna internet mencapai 82 juta orang dengan dominasi usia 15–19 tahun. Kondisi ini menyebabkan media tradisional seperti koran, majalah, radio, dan televisi mengalami penurunan popularitas, tergeser oleh media online. Namun, beberapa media cetak tetap bertahan dan bahkan bertransformasi mengikuti perkembangan zaman.

Majalah sebagai bagian dari media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, mendidik, menghibur, memengaruhi opini publik, dan menjadi kontrol sosial. Salah satu majalah yang tetap eksis hingga kini adalah Majalah Hidayatullah, sebuah majalah dakwah Islam yang mengusung nilai-nilai keislaman sejak pertama kali diterbitkan pada tahun 1988. Dengan mengusung motto “Mengabarkan Kebenaran”, majalah ini terus berupaya menyebarkan dakwah lewat berbagai rubrik yang dikemas menarik. Fenomena bertahannya Majalah Hidayatullah di tengah gempuran media digital, menjadi daya tarik utama bagi penelitian ini. Majalah ini tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga berperan sebagai industri media dakwah, alat kontrol sosial, manajemen nilai masyarakat, serta sarana inovasi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti secara mendalam peran Majalah Hidayatullah dalam konteks dakwah di era modern.

Adapun teori dan metodologi dalam penelitian ini merujuk pada beberapa studi terdahulu sebagai dasar perbandingan dan pengembangan penelitian. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat landasan teoritis serta menunjukkan letak kebaruan dari penelitian ini.

Penelitian pertama dilakukan oleh Afrizal Zulkarnain pada tahun 2018 dengan judul Penggunaan Desain Grafis pada Majalah Hidayatullah sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Baca Mad’u di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan teori media massa dan desain grafis dalam dakwah serta menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan desain grafis yang menarik mampu meningkatkan minat baca masyarakat terhadap konten dakwah dalam Majalah Hidayatullah. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian; penelitian Afrizal lebih menitikberatkan pada aspek visual (desain grafis), sedangkan penelitian ini mengkaji peran menyeluruh majalah sebagai media dakwah.

Penelitian kedua dilakukan oleh Maulana Malik Syarifuddin pada tahun 2017 dengan judul *Majalah Aula di Era Digital (Studi tentang Strategi Majalah Aula sebagai Media Dakwah)*. Dalam penelitian ini, Maulana menggunakan teoristrategi komunikasi dakwah dengan metode kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Majalah Aula menggunakan berbagai strategi adaptasi agar tetap bertahan di tengah gempuran media digital. Perbedaannya adalah, penelitian Maulana berfokus pada strategi bertahan di era digital, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti fungsi dan peran dakwah Majalah Hidayatullah. Selanjutnya, penelitian ketiga oleh Achmad Fahmi Abdillah pada tahun 2022 berjudul *Eksistensi Media Cetak Dakwah Instansi Pemerintah (Studi Kasus Majalah MPA Kanwil Kemenag Prov. Jatim)*. Penelitian ini menggunakan teori media dakwah instansi pemerintah dan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Majalah MPA berperan penting dalam sosialisasi program dakwah pemerintah kepada masyarakat. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan teori yang berbeda, di mana Achmad meneliti majalah pemerintah (MPA), sedangkan penelitian ini meneliti majalah swasta berbasis dakwah Islam independen (Hidayatullah). Penelitian keempat adalah tulisan Alamsyah dalam bentuk jurnal ilmiah pada tahun 2018 berjudul *Efektivitas Dakwah Melalui Majalah*. Alamsyah menggunakan teori efektivitas media dakwah dalam era globalisasi dengan metode kajian literatur. Hasilnya menunjukkan bahwa media majalah tetap efektif sebagai sarana dakwah meskipun dalam era serbuan digital. Perbedaannya adalah, penelitian Alamsyah lebih bersifat umum dalam membahas efektivitas media cetak, sedangkan penelitian ini mengkaji secara spesifik peran Majalah Hidayatullah dengan pendekatan lapangan. Terakhir, penelitian kelima Ahmad Zaini dalam jurnalnya tahun 2014 berjudul *Dakwah Melalui Media Cetak*, yang menggunakan teori urgensi media cetak dalam dakwah dengan metode studi literatur. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa media cetak masih relevan dalam upaya penyebaran dakwah di tengah berkembangnya teknologi modern. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada bentuk penulisan; Ahmad Zaini menulis dalam format jurnal berbasis literatur umum, sementara penelitian ini berbentuk skripsi berbasis studi kasus lapangan dan observasi langsung terhadap Majalah Hidayatullah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menempatkan dirinya dalam posisi kebaruan, yaitu fokus pada peran Majalah Hidayatullah secara menyeluruh sebagai industri media dakwah yang tetap eksis di tengah tantangan era digital, serta bagaimana fungsi kontrol sosial, manajemen, dan inovasi dijalankan melalui media tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Majalah Hidayatullah Jakarta, tepatnya berlokasi di Jl. Cipinang Cempedak I No.14 13, Polonia, Kec. Jatinegara, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan atas aksesibilitas dan relevansi terhadap objek penelitian, yaitu kegiatan penerbitan dan pengelolaan Majalah Hidayatullah sebagai media dakwah.

Penelitian dikelompokkan dalam dua fokus penelitan, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana peran Majalah Hidayatullah sebagai industri media dakwah? (2) Bagaimana sumber kekuatan Majalah Hidayatullah sebagai alat kontrol, manajemen, dan inovasi terhadap masyarakat?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penulis menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme, di mana subjek dan objek penelitian tidak dipisahkan, dan lebih menekankan pada interpretasi terhadap realitas sosial, dengan sumber data : (1) Data primer diperoleh melalui wawancara dengan narasumber, yaitu Bapak Dadang Kusmayadi (mantan Pemimpin Redaksi Majalah Hidayatullah) serta observasi langsung terhadap edisi majalah tahun 2023. (2) Data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa artikel, jurnal, dan dokumen terkait Majalah Hidayatullah. Penelitian dilakukan dengan Teknik Pengumpulan Data yaitu dengan (1) wawancara bebas terpimpin dengan bertanya langsung kepada narasumber dengan pedoman wawancara. (2) Observasi Non-Partisipan: Mengamati aktivitas penerbitan dan konten majalah tanpa terlibat langsung. Adapun Studi Dokumentasi yaitu dengan Mengkaji edisi majalah dan dokumen pendukung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah Reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (*drawing conclusions and verification*) dilakukan untuk memastikan validitas data. dengan keabsahan data yang menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh keabsahan dan konsistensi data.

LANDASAN TEORITIS

Bab ini membahas dua teori utama yang digunakan sebagai dasar untuk menganalisis peran majalah Hidayatullah dalam konteks industri media massa, yaitu teori peran media massa sebagai industri dan teori agenda setting. Kedua teori ini digunakan untuk memahami bagaimana media, khususnya majalah, memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan keagamaan, membentuk opini publik, serta menciptakan kontrol sosial

dan inovasi dalam masyarakat. Teori-teori ini menjadi sangat relevan dalam melihat peran media di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin masif, di mana informasi tidak hanya disampaikan, tetapi juga dikonstruksi melalui narasi yang dibentuk media.

Menurut Muhtadi (2018:55), terdapat beberapa ciri – ciri dari media massa sebagai pembeda dari komunikasi interpersonal dan intrapersonal diantaranya; pertama, komunikasi berlangsung satu arah. Artinya komunikasi dilakukan hanya dari komunikator kepada komunikan dimana komunikan tidak dapat merespon langsung terhadap informasi yang didapatkan dari komunikator. Tidak ada komunikasi langsung sesaat ketika komunikan mendapat informasi dari komunikator. Kedua, komunikator bersifat melembaga. Artinya terdapat beberapa kelompok atau pihak yang mengelola dari pengumpulan berita sampai penerbitan dan penyebaran kepada masyarakat. Ketiga, pesan yang disampaikan bersifat umum. Artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa. Keempat, media yang digunakan menimbulkan keserempakan. Artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama. Kelima, komunikasi bersifat heterogen yang artinya media melibatkan berbagai unsur informasi yang dikhususkan kepada kalangan tertentu baik dari segi suku, ras maupun agama.

Media massa merupakan sarana komunikasi yang mampu menjangkau khalayak luas secara serempak. Dalam pandangan Bittner, komunikasi massa adalah penyampaian pesan melalui saluran media kepada audiens yang besar dan heterogen (Bittner, 1986: 12). Komunikasi ini bersifat satu arah, di mana komunikator menyampaikan informasi kepada masyarakat tanpa respons langsung dari komunikan. Oleh karena itu, media massa memiliki keunikan dalam cara penyampaian pesan, terutama dari sisi struktur dan kekuatannya dalam membentuk persepsi kolektif. Keunggulan inilah yang membuat media massa menjadi medium yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai dakwah secara lebih luas dan sistematis.

Menurut Ardianto (2007), media massa memiliki lima fungsi utama, yaitu sebagai alat pengawasan terhadap lingkungan, penafsiran terhadap peristiwa, penghubung antarindividu dan kelompok sosial, penyebar nilai dan budaya, serta sebagai sumber hiburan (Ardianto, 2007: 14-17). Dalam konteks dakwah, kelima fungsi ini dapat dimanfaatkan untuk

menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat dalam bentuk yang menarik dan kontekstual misalnya, fungsi pengawasan dapat digunakan untuk mengangkat isu-isu sosial yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti korupsi, kekerasan, dan penyimpangan moral. Fungsi penafsiran memungkinkan media untuk memberikan sudut pandang keislaman terhadap isu sosial, politik, atau budaya yang tengah berkembang. Fungsi pertalian menjadikan media sebagai jembatan yang menghubungkan umat Islam dari berbagai latar belakang. Fungsi penyebaran nilai sangat penting dalam menyampaikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup. Sedangkan fungsi hiburan dapat menjadi sarana dakwah yang dikemas dalam bentuk yang ringan namun bermakna, seperti kisah inspiratif atau konten humor Islami yang tetap mendidik.

Quail menambahkan bahwa media massa memiliki peran lebih dari sekadar menyampaikan pesan. Media juga merupakan bagian dari sistem sosial yang memiliki kekuatan untuk mengontrol, mengelola, dan mendorong inovasi dalam masyarakat (Quail, 1987: 65). Dalam hal ini, majalah dakwah seperti Hidayatullah dapat berperan sebagai alat kontrol sosial yang memperkuat nilai-nilai moral dan agama, serta memberikan alternatif solusi berbasis syariat Islam terhadap berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat modern. Selain itu, media juga menjadi tempat bertemunya berbagai ide dan nilai, yang berkontribusi terhadap proses transformasi sosial. Dengan demikian, media bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembentukan masyarakat yang dinamis, adaptif, dan religius.

Teori agenda setting yang dikembangkan oleh McCombs dan Shaw memberikan penjelasan yang lebih spesifik mengenai bagaimana media dapat membentuk opini dan perhatian publik. Teori ini menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan topik apa yang dianggap penting oleh masyarakat melalui frekuensi dan intensitas pemberitaan (McCombs & Shaw, 1972: 177). Ketika suatu isu diberi ruang secara konsisten dan dominan oleh media, maka masyarakat akan menganggap isu tersebut penting. Dalam konteks majalah Hidayatullah, tema-tema seperti perjuangan Palestina, tantangan dakwah di era digital, hingga persoalan pendidikan dan moral remaja, sering diangkat untuk menanamkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai Islam.

Agenda setting tidak hanya mengarahkan perhatian masyarakat terhadap suatu isu, tetapi juga dapat memengaruhi cara mereka memahami dan menilainya. Dalam hal ini, pilihan redaksional dalam menentukan isi rubrik dan gaya penyajian informasi sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi pembaca terhadap realitas sosial dan keagamaannya.

Dengan memilih untuk fokus pada tema-tema Islam kontemporer, majalah dakwah tidak hanya menjalankan fungsi informatif, tetapi juga edukatif dan ideologis.

“...media bukan hanya menyampaikan berita, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap realitas sosial yang terjadi...” (McCombs & Shaw, 1972: 178).

Kutipan ini mempertegas bahwa media secara aktif membentuk cara pandang masyarakat, bukan hanya menjadi cermin dari kenyataan. Majalah Hidayatullah dengan rubrik-rubrik yang bernuansa dakwah dan edukasi moral, menjadi contoh konkret bagaimana media membentuk wacana publik tentang Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Kehadiran rubrik seperti “Jati Diri”, “Himmah”, dan “Laporan Khusus” menjadi media strategis dalam menanamkan nilai-nilai keislaman yang aplikatif dan relevan dalam konteks kehidupan masyarakat sehari-hari.

Media massa berfungsi sebagai wasilah atau perantara yang menghubungkan da’i dengan mad’u. Artinya, keberhasilan pesan dakwah tidak hanya bergantung pada kualitas materi dan niat da’i, tetapi juga pada sejauh mana media mampu mengemas dan menyampaikan pesan tersebut secara tepat sasaran. Dalam perspektif ini, majalah Hidayatullah menjadi instrumen dakwah yang menjalankan fungsi strategis dalam menyebarkan informasi, menanamkan kesadaran keislaman, serta menciptakan ruang dialog antara nilai Islam dan realitas sosial.

Lebih jauh, kehadiran majalah sebagai media dakwah yang berbasis nilai dan fakta menjadi bentuk dari apa yang disebut oleh para pakar komunikasi sebagai media normatif. Media seperti ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membawa misi moral dan ideologis. Dalam kondisi masyarakat modern yang diwarnai dengan arus informasi yang cepat dan bebas, media dakwah perlu tampil sebagai penjernih sekaligus penuntun dalam membentuk kesadaran kolektif yang Islami dan beradab.

Dengan mengacu pada dua teori besar ini, dapat disimpulkan bahwa media dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan agama secara terstruktur dan sistematis. Menurut Ali-Aziz, (2004), Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada Mad’u. Media tidak hanya menyampaikan informasi secara pasif, tetapi juga aktif membentuk cara berpikir, menilai, dan merespons realitas sosial yang berkembang.

Melalui strategi komunikasi yang tepat dan isi pesan yang mendalam, media seperti majalah Hidayatullah dapat menjadi kekuatan transformasi dalam masyarakat. Maka dari itu, penting bagi institusi dakwah untuk terus mengembangkan kemampuan manajerial dan kreatif dalam mengelola media agar tetap relevan, inspiratif, dan membumi dalam menjalankan misi dakwahnya di era digital ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Kantor Pusat Penerbitan Majalah Hidayatullah, bertempat di Jl. Cipinang Cempedak I No.14 13, Polonia, Kec. Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta. Lokasi ini menjadi pusat aktivitas editorial dan koordinasi distribusi majalah ke berbagai daerah di Indonesia. Suasana kerja di lingkungan redaksi menunjukkan semangat keislaman yang kuat dan kepekaan terhadap isu-isu sosial kontemporer. Hal tersebut tercermin dari aktivitas penyuntingan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersifat ideologis, karena setiap konten dipastikan membawa nilai dakwah yang sesuai dengan visi Islam rahmatan lil ‘alamin. Proses editorial dilakukan secara terstruktur, mulai dari pemilihan tema, penulisan naskah, penyuntingan, hingga pemilihan ilustrasi yang mendukung pesan utama dalam setiap edisi.

Majalah Hidayatullah tidak sekadar menjadi sarana informasi, tetapi telah berkembang sebagai platform dakwah yang konsisten mengangkat isu-isu keumatan dalam bingkai nilai-nilai Islam. Rubrik-rubrik seperti “Jati Diri,” “Himmah,” “Laporan Khusus,” dan “Konsultasi Syariah” dirancang untuk membangun karakter pembaca yang tangguh secara spiritual dan sosial di balik layar, kerja jurnalistik ini ditopang oleh jaringan kontributor yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, banyak di antaranya adalah para dai dan kader Hidayatullah yang aktif di bidang pendidikan dan sosial keagamaan. Keterlibatan mereka memastikan bahwa majalah ini tidak hanya aktual dalam menyampaikan berita, tetapi juga relevan secara ideologis dan kontekstual terhadap kondisi masyarakat.

Dalam wawancara mendalam dengan Bapak Dadang Kusmayadi, yang pernah menjabat sebagai Pemimpin Redaksi Majalah Hidayatullah, beliau menjelaskan bahwa majalah ini dirancang sebagai media dakwah yang membumi. Menurutnya, strategi editorial dijalankan dengan memperhatikan dinamika umat dan kebutuhan spiritual masyarakat modern, beliau menekankan pentingnya membangun narasi dakwah yang tidak menghakimi tetapi merangkul, serta perlunya inovasi dalam penyajian agar tetap mampu bersaing di tengah gempuran media digital.

Peran Majalah Hidayatullah Sebagai Media Dakwah

Majalah Hidayatullah memiliki peran strategis dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Dalam berbagai aktivitas sosial maupun profesional terutama dalam dakwah, komunikasi memegang peranan yang sangat vital dalam memastikan tercapainya tujuan yang diharapkan. Komunikasi menjadi suatu hal yang penting. Agar komunikasi berlangsung dengan efektif, diperlukan beberapa tahapan perencanaan, seperti mengidentifikasi permasalahan komunikasi, merumuskan tujuan komunikasi, merancang strategi, menetapkan rencana operasional, menyusun evaluasi, serta memberikan rekomendasi (Alifia, Sumijaty, & Chidayah, 2024:116). Dalam konteks dakwah, perencanaan komunikasi yang matang menjadi kunci utama agar pesan-pesan keislaman dapat diterima, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat secara luas dan mendalam.

Pemeluk agama Islam bereksternalisasi dengan berinteraksi tidak hanya melalui produk-produk paham atau pemikiran agama Islam yang terus berkembang dan mengandung pemikiran baru, tapi juga berhadapan dengan realitas perkembangan peradaban yang silih berganti. (Nurjuman, 2018). Sebagai media, dakwah harus memiliki unsur-unsur yang harus terpenuhi dan apabila tidak terpenuhi maka tidak akan terjadi kegiatan dakwah tersebut diantaranya adalah da'i, mad'u, materi dakwah, media dakwah, dan metode dakwah (Sukayat, 2015).

Sebagai media dakwah berbasis tulisan, majalah ini memadukan konten yang berbasis nilai-nilai keislaman dengan pendekatan jurnalistik yang profesional dalam setiap edisinya, tim redaksi menyajikan berita dan artikel dengan narasi yang tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menginspirasi pembaca untuk mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Fungsi ini sejalan dengan teori peran media massa yang menyatakan bahwa media berperan sebagai agen perubahan sosial dan penyebar nilai budaya (Ardianto, 2007).

Rubrik-rubrik dalam majalah Hidayatullah dirancang tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk memperkuat identitas keislaman pembacanya. Rubrik seperti "Jati Diri" misalnya, secara konsisten mengangkat tema moral dan spiritual yang bertujuan membentuk karakter Muslim yang kuat. Sementara "Laporan Khusus" membahas isu-isu aktual seperti korupsi, radikalisme, dan kemerosotan moral remaja dari perspektif Islam. Ini menunjukkan bahwa majalah ini

tidak hanya menyampaikan dakwah dalam bentuk ceramah atau fatwa, tetapi juga dalam bentuk kritik sosial yang konstruktif.

Dalam konteks teori agenda setting, kehadiran Majalah Hidayatullah berperan penting dalam menetapkan fokus perhatian publik terhadap isu-isu yang dianggap penting dalam Islam. Redaksi secara sadar memilih isu-isu tertentu untuk dikedepankan, dengan harapan masyarakat akan memberi perhatian lebih terhadap nilai-nilai keagamaan dalam menyikapi persoalan sosial. Misalnya, dalam isu-isu tentang Palestina atau ketimpangan sosial, majalah ini tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga menyelipkan perspektif moral dan ajaran Islam yang relevan.

Majalah ini juga menggunakan pendekatan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan bisa menjangkau berbagai kalangan. Dalam konteks ini, prinsip komunikasi efektif sangat dijaga oleh tim redaksi. Mereka memastikan bahwa bahasa yang digunakan tetap santun, tidak menyinggung, dan menyampaikan pesan dengan cara yang menyentuh hati. Hal ini penting mengingat media massa dapat menjadi alat dakwah yang membentuk opini dan sikap pembaca secara halus namun kuat (McCombs & Shaw, 1972).

Penelitian dari jurnal *Media, Culture & Society* menyatakan bahwa media berbasis nilai memiliki daya pengaruh tinggi dalam membentuk opini publik, khususnya jika nilai yang diangkat sejalan dengan identitas kolektif audiens (Couldry, 2012). Ini relevan dengan apa yang dilakukan oleh Majalah Hidayatullah, di mana konten-kontennya dibangun atas dasar nilai Islam yang diyakini pembacanya sebagai kebenaran normatif. Lebih dari itu, majalah ini juga menjadi alat dokumentasi dakwah dan sejarah gerakan Islam di Indonesia. Banyak artikel yang merekam perjalanan komunitas Islam di berbagai daerah, termasuk perjuangan dakwah di daerah terpencil. Dokumentasi ini penting bukan hanya sebagai arsip, tetapi juga sebagai inspirasi bagi generasi Muslim berikutnya.

Media mengubah tatanan kehidupan masyarakat dengan mudah dan cepat. Tidak sedikit masyarakat yang tadinya tidak melek sekarang menjadi melek terhadap informasi yang begitu banjir di belantara media. Melihat peluang seperti itu, dakwah pun sangat bisa dilakukan di berbagai media massa. Namun para pembuat pesannya inilah yang harus berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang terus berakselerasi memenuhi kebutuhan manusia (Dulwahab, 2010).

Peran Majalah Hidayatullah sebagai media dakwah dapat dilihat dari bagaimana majalah menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk

pelajar, mahasiswa, guru, aktivis, hingga ibu rumah tangga. Keberagaman audiens ini membuat redaksi harus cermat dalam menyusun konten, agar tetap relevan dan menarik. Penyesuaian gaya bahasa dan ilustrasi dilakukan agar materi dakwah tidak terasa berat, tetapi tetap sarat makna. Ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media tidak bisa dilakukan dengan pendekatan satu arah dan kaku, melainkan harus fleksibel, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan mad'u. Majalah ini juga menjadi sarana edukasi dan pemberdayaan umat. Artikel tentang ekonomi syariah, pendidikan Islam, parenting Islami, dan kesehatan dalam perspektif Islam secara konsisten hadir di setiap edisinya. Ini merupakan bentuk dakwah yang tidak hanya menyeru kepada akidah dan ibadah, tetapi juga menyentuh dimensi sosial dan keseharian umat. Dengan demikian, majalah ini benar-benar menjalankan fungsi dakwah yang holistik, yang meliputi aspek spiritual, intelektual, dan sosial.

Dari segi distribusi, majalah Hidayatullah memiliki jaringan yang luas hingga ke pesantren, masjid, sekolah Islam, dan toko buku Islami, ini memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang membutuhkan bacaan bermutu dengan nilai-nilai dakwah yang kuat. Dukungan dari kader Hidayatullah yang tersebar di berbagai wilayah juga memperkuat daya jangkau dan keberlanjutan media ini.

Sebagai media dakwah, Hidayatullah tidak hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga berupaya menciptakan kesadaran kolektif tentang pentingnya hidup dalam nilai-nilai Islam. Dalam hal ini, teori komunikasi massa menjelaskan bahwa media dapat memengaruhi cara masyarakat berpikir dan bertindak, terutama jika pesan yang disampaikan konsisten, berulang, dan berbasis pada realitas yang mereka alami (Severin & Tankard, 2001). Strategi ini diterapkan oleh Hidayatullah melalui pengulangan tema dakwah dalam berbagai sudut pandang yang kreatif dan inspiratif.

Keunggulan majalah ini juga terlihat dari cara penyajiannya yang menghindari narasi sensasional. Berbeda dengan banyak media massa yang mengejar klik dan kontroversi, Hidayatullah tetap menjaga etika jurnalistik Islami dengan menampilkan konten yang membangun dan memperkuat akhlak umat. Dalam konteks ini, peran media sebagai kontrol sosial menjadi sangat nyata. Majalah ini memberikan kritik terhadap pemerintah, masyarakat, bahkan komunitas Muslim sendiri, namun dengan cara yang santun dan solutif.

Majalah Hidayatullah Sebagai Industri Media Dakwah

Majalah Hidayatullah adalah majalah yang berasal dari pesantren Hidayatullah, awal mula majalah Hidayatullah hadir adalah melalui ide dan gagasan dari para santri-santri pesantren Hidayatullah yang berada di balik papan pada tahun 1970. Berawal dari para da'i yang berdakwah dengan teknik khitobah sampai dengan munculnya pemikiran dari para tokoh-tokoh di pesantren Hidayatullah untuk menyampaikan dawah melalui tulisan yang dapat dibaca oleh berbagai kalangan dan dapat disebar secara menyeluruh. Sampai pada tahun 1980, para santri dari pesantren Hidayatullah disebar keberbagai penjuru indonesia guna memperluas jangkauan dari dakwah majalah Hidayatullah. Dan pada tahun 1988 lah dimulai percetakan pertama majalah Hidayatullah yang berada di kota surabaya yang dicetak sebanyak 5000 exemplar dengan harga awal Rp1.500,- dan didistribusikan keseluruh agen di indonesia. Hingga saat ini majalah Hidayatullah mempunyai pasar yang loyal, sehingga masih diminati dan masih bertahan. Puncaknya penerbitan majalah Hidayatullah dapat menembus hingga 80.000 exemplar pada tahun 1992 yang menunjukkan bahwa peminat majalah terutama majalah dakwah begitu diminati di indonesia. Terhitung sejak tahun 1988 majalah Hidayatullah telah menghadirkan berbagai konten dakwah melalui tulisan sampai dengan 35 tahun. (Kusmayadi, wawancara pribadi, 04 maret 2024)

Sebagaimana sebuah industri, majalah Hidayatullah mempunyai berbagai strategi yang digunakan dalam penerbitan mereka baik dalam proses pembuatan, penerbitan, maupun pemasaran. Hal ini di tunjukan agar majalah Hidayatullah bisa terus berkembang dari segi kualitas maupun kuantitas. D. Kusmayadi (wawancara pribadi, 04 maret 2024), membagi beberapa macam strategi yang dilakukan oleh majalah Hidayatullah yaitu pertama Membuat majalah Hidayatullah sebagai majalah independen, Majalah Hidayatullah memposisikan dirinya sebagai majalah independen yang tidak terafiliasi dengan kepentingan politik atau komersial tertentu. Ini berarti bahwa redaksi memiliki kebebasan untuk menyajikan konten tanpa tekanan dari pihak eksternal yang mungkin mempengaruhi narasi atau agenda redaksional. Dengan demikian, majalah hidayatullah mempunyai potensi untuk menarik perhatian dan dukungan dari pembaca, tanpa terikat pada prefensi atau kepentingan kelompok tertentu yang mana menjadikan ini sebagai strategi dalam penerbitan satu majalah. Kedua Mengelola sumber daya manusia, Majalah Hidayatullah melakukan pengelolaan sumber daya manusia dengan bentuk perekrutan, pelatihan, dan motivasi kepada seluruh staff redaksi dan tim lainnya. Ini termasuk pembinaan dan pengembangan karir bagi anggota tim untuk meningkatkan

kualitas karya mereka. mengelola sumber daya manusia (SDM) adalah langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas secara langsung ataupun tidak langsung bagi keberlangsungan penerbitan majalah Hidayatullah. Dengan demikian pembinaan ini dianggap sebagai strategi penting dalam upaya membangun dan meningkatkan kualitas penerbitan dan pemasaran majalah Hidayatullah. dengan menjaga kualitas SDM, diharapkan bahwa majalah Hidayatullah dapat terus berkembang dan memperluas pengaruhnya, baik dalam hal jumlah pembaca maupun dampak yang dihasilkan dalam masyarakat. Ketiga Melakukan berbagai workshop, Majalah Hidayatullah mengadakan berbagai workshop atau pelatihan untuk staff redaksi dan kontributor. Workshop ini dapat berfokus pada peningkatan keterampilan jurnalistik, pemahaman agama, atau pengembangan profesional lainnya. Keempat Memberikan hadiah kepada pembaca, Majalah Hidayatullah memberikan penghargaan berupa hadiah kepada pembaca atau pelanggan setia dalam bentuk pemberian merchandise, produk-produk yang terkait dengan majalah Hidayatullah, dan diskon. Strategi ini dilakukan bukan hanya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih erat antara pembaca dengan majalah Hidayatullah.

Secara keseluruhan, strategi ini merupakan upaya dari majalah Hidayatullah untuk menjaga dan meningkatkan basis pelanggan mereka dengan cara memberikan nilai tambah dan insentif kepada pembaca. Dengan demikian, majalah tersebut berharap dapat memperkuat hubungan mereka dengan pembaca dan mempertahankan posisinya di pasar.

Majalah Hidayatullah sebagai Sumber Alat Kontrol, Manajemen, dan Inovasi Masyarakat

Majalah Hidayatullah tidak hanya menjalankan fungsi informatif dan edukatif, tetapi juga memegang peran penting dalam melakukan kontrol sosial di tengah masyarakat. Fungsi kontrol sosial ini tidak dijalankan dengan pendekatan represif atau otoritatif, melainkan dengan pendekatan naratif yang santun, mendidik, dan kontekstual. Dalam berbagai edisi, redaksi Hidayatullah secara konsisten mengangkat persoalan-persoalan sosial seperti penyimpangan moral, kemiskinan struktural, ketidakadilan hukum, dan dekadensi budaya dengan mengaitkannya pada nilai-nilai Islam. Pesan-pesan moral yang disampaikan tidak bersifat menggurui, tetapi mengajak pembaca untuk merenung dan mengambil sikap secara Islami terhadap fenomena yang terjadi.

Majalah ini membangun opini publik dengan cara yang elegan, yaitu melalui penyusunan berita dan artikel yang merujuk pada dalil-dalil syar'i dan pandangan para ulama. Dengan menyampaikan kritik yang berlandaskan ilmu dan adab, Hidayatullah berhasil membangun kredibilitas sebagai media dakwah yang tidak hanya berbicara dari sisi spiritual, tetapi juga dari sisi sosial dan politik. Dalam teori media massa, kemampuan media untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu isu merupakan salah satu ciri dari fungsi kontrol dan manajemen sosial (Severin & Tankard, 2001). Dalam hal ini, Hidayatullah telah menjalankan fungsi tersebut secara maksimal, dengan tetap menjaga independensi dan objektivitas jurnalistik.

Sebagai media massa, majalah memiliki alat kontrol terhadap masyarakat. Hal ini terjadi atas pengendalian informasi yang dapat dilakukan media massa dalam menciptakan penyebaran informasi kepada masyarakat. Konsep media massa sebagai alat kontrol masyarakat mengacu pada gagasan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi pandangan, sikap, dan perilaku masyarakat secara luas. Dalam konteks ini, media massa dapat dianggap sebagai alat yang digunakan untuk mengontrol atau membentuk opini dan tindakan masyarakat.

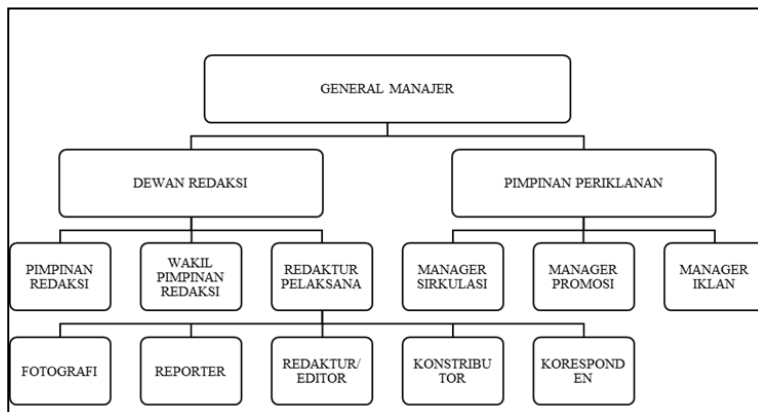
Dalam konsep nya, Marshall McLuhan menekankan da kutipannua yaitu: "the medium is the message" yang berarti bahwa media massa memiliki pengaruh yang mendalam dalam membentuk struktur dan nilai-nilai sosial masyarakat. McLuhan berpendapat bahwa media massa bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk realitas sosial yang memengaruhi cara kita memahami dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita.

Majalah Hidayatullah merupakan majalah yang menjunjung tinggi visi misi mereka sebagai media massa, oleh karena nya majalah Hidayatullah juga memperhatikan muatan berita yang mereka edarkan dalam sebuah majalah sebagai pengendalian mereka atas berita yang disampaikan kepada masyarakat. Menurut D. Kusmayadi (wawancara pribadi, 04 maret 2024) majalah Hidayatullah bertanggung jawab atas muatan berita yang disuguhkan kepada pembaca majalah Hidayatullah, oleh karenanya majalah Hidayatullah berperan sebagai alat kontrol yang memengaruhi masyarakat. Adapun demikian dalam sebuah kasus, majalah Hidayatullah sering kali menegur beberapa institusi pemerintah terutama dalam bidang keagamaan, adapun contohnya dalam isu keputusan dari pemerintah atas penyebaran nya miras di indonesia yang menuai pro dan kontram, majalah Hidayatullah sigap dan langsung mendiskusikan nya dengan beberapa institusi keagamaan seperti MUI dimana hal ini

bertentangan dengan norma-norma islam. Maka dalam hal ini majalah Hidayatullah menjalankan perannya sebagai alat kontrol terhadap masyarakat maupun pemerintahan dan sebagai alat kontrol, majalah hidayatullah harus membuat masyarakat tertib.

Majalah Hidayatullah memiliki berbagai koneksi dan jaringan terhadap berbagai institusi pemerintahan maupun organisasi masyarakat baik individu pemilik kekuasaan didalamnya maupun orang penting seperti petinggi dan senior didalamnya. Hal ini menjadikan majalah Hidayatullah dapat mengontrol institusi untuk menyebarkan isu yang sekiranya dapat menyebabkan masyarakat ricuh. Pentingnya berbagai relasi dan koneksi guna membangun produk media massa sebagai media yang menjunjung tinggi nilai jurnalistik dan penyampaian informasi yang akurat dan terpercaya agar menciptakan masyarakat yang tertib dan tidak termakan akan penyebaran hoaks.

Majalah Hidayatullah telah didirikan selama 36 tahun lamanya. Hal ini dapat dilakukan karena adanya manajemen yang baik dari berbagai aspek baik internal maupun eksternal. Dalam manajemen majalah Hidayatullah terdapat struktur organisasi yang sangat berpengaruh dalam memberikan kerangka untuk berbagai perencanaan, pengawasan, dan pelaksanaan. Pengembangan struktur organisasi ini berkaitan dengan berbagai kewenangan dan tanggung jawab dari berbagai pihak dalam alur pembuatan sebuah majalah. Didalam majalah Hidayatullah terdapat beberapa bagian yang mempunyai tugas yang berbeda sehingga menjadikannya sebagai suatu struktur organisasi. Adapun struktur dalam majalah Hidayatullah adalah sebagai berikut



Sumber : Arsip internal kantor redaksi Hidayatullah (2023)

Gambar 1. Struktur organisasi redaksi Hidayatullah tahun 2023

Dalam membuat satu majalah terdapat proses yang perlu dilakukan menurut D. Kusmayadi (wawancara pribadi, 04 maret 2024), tahapan pembuatan satu majalah mencakup pertama; Liputan, Tahap ini adalah dimana seluruh wartawan dari majalah Hidayatullah melakukan beberapa liputan dan wawancara mengenai beberapa berita yang sedang terjadi di masyarakat. Hal ini biasanya dilakukan setidaknya 3 sampai 4 kali dalam seminggu dalam rangka untuk mengumpulkan berbagai berita yang kemudian akan dipilah untuk dimasukkan kedalam majalah sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Kedua; Penentuan tema, Proses penentuan tema dilakukan setiap satu minggu dalam satu bulan, dimana biasanya para staff akan mengadakan rapat untuk menentukan tema apa yang akan disuguhkan kedalam majalah Hidayatullah. Adapun dalam menentukan tema, pimpinan redaksi biasanya akan menunjuk salah satu staff untuk kemudian dijadikan penanggung jawab dalam pembuatan majalah di edisi yang akan dicetak. Ketiga; Editing, Setelah menentukan tema pe mbahasan maka selanjut nya dilakuka teknik editing dimana seluruh berita-berita yang telah dikumpulkan di rangkum menjadi satu dan kemudian di kelompokkan kedalam berbagi rubrik yang akan di edit dari mulai gaya penulisan, design, dan sampul. Dalam proses editing, haruslah dilakukan secara teliti karena hal ini berpengaruh dalam segi visual terutama majalah adalah media berupa tulisan sehingga editing dalam majalah haruslah menarik dan mudah dipahami oleh kalangan pembaca awam maupun pembaca yang sudah lama. Keempat; Cetak, Setelah semua unsur telah selesai maka majalah yang sudah jadi akan dikirim ke surabaya untuk kemudian dicetak dan siap diedarkan keseluruh agen majalah Hidayatullah di seluruh indonesia. Proses percetakan biasanya dilakukan selama satu minggu sekali mengingat majalah Hidayatullah adalah majalah yang terbit selama satu bulan sekali Manajemen redaksi majalah Hidayatullah mencakup serangkaian kegiatan yang berfokus pada pengelolaan konten dan penyusunan agenda penerbitan.

Menurut pernyataan D. Kusmayadi (wawancara pribadi. 4 maret 2024), berdasarkan pengalaman selama berkarir di kantor pusat redaksi majalah Hidayatullah, pembuatan majalah dapat berlangsung selama kurun waktu dua minggu dimulai dari proses peliputan hingga pada proses percetakan.dengan agenda penentuan rapat rutin pada tanggal 20 di setiap bulannya, dengan penentuan tema dan rubrik untuk majalah yang akan terbit bulan depan sekaligus evaluasi. Manajemen redaksi memainkan peran kunci dalam menjaga kualitas dan relevansi konten majalah Hidayatullah, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan misi dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada pembaca. Adapun beberapa aspek mengenai proses manajemen redaksi majalah

Hidayatullah yaitu Penentuan konten, Pengumpulan materi, Penyuntingan, Pengembangan isu strategis, Kerja sama dengan kontributor, Koordinasi produksi dan Evaluasi kinerja.

Sebagai upaya dalam menghadapi pergeseran zaman, Majalah Hidayatullah telah mengalami transformasi yang signifikan dalam upaya mempertahankan relevansinya di era digital dan interkoneksi yang semakin berkembang pesat. Di tengah perubahan yang dinamis dalam kebutuhan dan preferensi masyarakat, Majalah Hidayatullah terus beradaptasi dan berinovasi dengan menciptakan berbagai platform digital seperti situs web, akun Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Langkah-langkah ini bukan hanya mencerminkan respons proaktif terhadap perkembangan zaman, tetapi juga merupakan upaya keras untuk tetap menjadi penghubung yang kuat antara pesan-pesan dakwah dengan masyarakat yang semakin terhubung secara digital.

Perjalanan Majalah Hidayatullah dalam mempertahankan produknya melalui platform-platform digital mencerminkan sebuah transformasi yang mendalam dalam cara penyampaian pesan dakwah di era di mana teknologi digital telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, Majalah Hidayatullah memahami pentingnya berada di garis depan dalam menyediakan konten yang relevan dan mudah diakses oleh masyarakat. upaya Majalah Hidayatullah untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, khususnya di era digital dan internet.

Majalah Hidayatullah mengambil langkah-langkah inovatif dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat. Ini mencakup penyediaan layanan situs web resmi dan kehadiran aktif di berbagai platform media sosial dan dengan adanya situs web dan keberadaan di media sosial, Majalah Hidayatullah dapat mencapai target audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang cenderung menggunakan teknologi digital sebagai sumber informasi utama. Hal ini memungkinkan pesan-pesan dakwah untuk lebih mudah diakses dan diterima oleh semua kalangan, termasuk anak muda di mana banyak orang beralih ke konsumsi media digital, Majalah Hidayatullah mengadaptasi diri dengan menyediakan konten mereka melalui platform yang lebih relevan dengan preferensi pembaca modern. Dengan demikian, majalah tersebut tetap relevan dan dapat bersaing dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah di tengah perubahan perilaku konsumen.

Majalah Hidayatullah memiliki peran yang penting dalam fungsi sebagai industri, alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat dalam

konteks media dakwah. Dalam penelitian, penulis menemukan beberapa hasil dari peran majalah Hidayatullah sebagai media dakwah diantaranya Pertama, sebagai industri media dakwah. majalah Hidayatullah Menetapkan agenda publik dengan memuat konten dakwah dan nilai-nilai islam, majalah Hidayatullah secara aktif menetapkan agenda publik dengan menyoroti isu-isu agama dan moral yang dianggap penting dalam masyarakat. Hal ini dimuat kedalam berbagai tahapan dalam pembuatan majalah sebagai penentuan isi berita yang akan disajikan kedalam majalah Hidayatullah. Kemudian majalah Hidayatullah Menentukan fokus perhatian dengan memilih untuk menyajikan konten dakwah dan nilai-nilai islam, majalah Hidayatullah secara efektif menentukan fokus perhatian pembacannya terhadap isu-isu keagamaan dan moral. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa media massa memiliki kekuatan untuk mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu tertentu. Majalah Hidayatullah adalah majalah berbasis islam yang mana hal ini menjelaskan fokus utama dari majalah Hidayatullah adalah penyuguhan konten islam. Dimana dalam temuannya, penulis menghubungkan dengan sejarah dan konten-konten yang ada pada majalah Hidayatullah ini. Dan kemudian majalah Hidayatullah Mempengaruhi opini dan sikap dengan menampilkan konten dakwah dan nilai-nilai islam, majalah Hidayatullah juga dapat memengaruhi opini dan sikap pembacanya terhadap isu-isu keagamaan dengan penyuguhan bacaan keislaman dan topik berita mengenai isu-isu keagamaan yang akurat, maka majalah hdayatullah dapat memengaruhi pandangan pembacanya, dalam hal ini majalah Hidayatullah memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pandangan dan sikap masyarakat terhadap ajaran islam. Kemudian majalah Hidayatullah Menjadi sumber informasi dan pengetahuan dalam konteks media dakwah majalah Hidayatullah juga berperan sebagai sumber bacaan dan informasi utama bagi masyarakat mengenai ajaran islam dan nilai-nilai moral. Sebagai media massa yang fokus pada dakwah, majalah ini memberikan pengetahuan, inspirasi, dan bimbingan spiritual kepada pembacannya, sehingga memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan-pesan islami.

Kedua, sebagai alat kontrol. Dalam teori Mcquail, media berperan sebagai sumber alat kontrol dimana dalam hal ini majalah dapat memengaruhi atau mengendalikan tatanan pemerintahan ataupun masyarakat melalui media massa. Sebagai media dakwah, Majalah Hidayatullah memiliki peran sebagai alat kontrol dalam masyarakat dengan berbagai cara yaitu , dengan memperbanyak relasi dan jaringan ke berbagai institusi, kelembagaan dan ormas guna mengontrol penyebaran berita-berita kepada masyarakat dan menciptakan ketertiban di lingkungan masyarakat. Hal ini sejalan dengan peran media sebagai alat kontrol yang

merujuk pada kemampuan media massa untuk mempengaruhi pemikiran, sikap dan perilaku masyarakat secara luas.

Ketiga, manajemen. Dalam teori Mcquail, media berperan sebagai manajemen masyarakat yang artinya sebagai media majalah dapat mengatur muatan dan ekosistem dari perusahaan media massa dalam menciptakan ketertiban di lingkungan masyarakat. Majalah Hidayatullah sebagai media dakwah memiliki peran dalam manajemen masyarakat, dengan cara menyusun struktur organisasi, mengatur kualitas proses produksi, dan manajemen redaksi dalam menciptakan media yang bersih. Sebagai media dakwah, majalah Hidayatullah memberikan peran dalam menyebarkan dakwah melalui media massa dengan baik.

Keempat, inovasi masyarakat. Dalam teori Mcquail, media berperan sebagai inovasi masyarakat dalam bagian dari industri media. Peralihan media tradisional ke digital membuat majalah Hidayatullah harus mengikuti jaman yang tengah terjadi di lingkungan masyarakat. Adapun cara agar majalah Hidayatullah dapat tetap eksis adalah dengan menambahkan konten-konten digital agar majalah Hidayatullah dapat mengikuti trend didalam masyarakat.

Majalah Hidayatullah memiliki peran dalam merangsang inovasi masyarakat dengan cara Menyajikan ide-ide baru, konsep, atau pendekatan dalam memahami dan mengimplementasikan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi pembaca untuk berinovasi dalam berbagai aspek kehidupan dengan bentuk tulisan berupa rubrik-rubrik majalah. Membuat platform sebagai alternatif dalam menikmati konten bacaan majalah Hidayatullah seperti membuat web, akun youtube, facebook, instagram, dan twitter. Selain menikmati konten majalah Hidayatullah, peralihan kedigital ini juga memberikan kemudahan dalam mengakses majalah Hidayatullah. Dengan demikian, Majalah Hidayatullah tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai alat kontrol, manajemen, dan inovasi yang dapat membantu membentuk, mengatur, dan memajukan masyarakat dalam kerangka nilai-nilai agama Islam.

Seluruh data internal dalam penelitian bersumber langsung dari hasil wawancara dengan Bapak Dadang Kusmayadi, beliau adalah senior dan mantan pimpinan redaksi dari majalah Hidayatullah yang juga bertanggung jawab atas keberlangsungan produksi dari majalah Hidayatullah.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa majalah Hidayatullah memainkan peran yang sangat strategis sebagai media dakwah di tengah perkembangan zaman yang ditandai oleh derasnya arus informasi digital. Peran ini ditunjukkan melalui penyajian konten yang konsisten memuat nilai-nilai keislaman dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari rubrik-rubrik yang mengangkat persoalan akidah, akhlak, sosial kemasyarakatan, hingga isu-isu global yang relevan dengan umat Islam. Dengan pendekatan jurnalistik yang kuat dan bahasa yang komunikatif, majalah ini mampu menjangkau pembaca dari berbagai kalangan, memperluas jangkauan dakwah tidak hanya secara geografis, tetapi juga secara demografis. Narasi-narasi yang dibangun dalam setiap edisinya tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi dan membentuk kesadaran keislaman dalam konteks kekinian. majalah adalah media yang dapat digunakan sebagai perantara dalam menyiarkan ajaran islam dalam bentuk tulisan. Adapun muatan dalam majalah dikemas kedalam sebuah rubrik dan gambar-gambar menarik dimana hal ini bisa dijadikan sebagai strategi dalam menarik minat kaum muslim dalam menyampaikan dakwah kedalam bentuk tulisan terutama majalah. Adapun peran dari majalah Hidayatullah sendiri sebagai media dakwah adalah Majalah Hidayatullah berperan sebagai industri media dakwah, sebagai sebuah majalah, Hidayatullah berperan dalam mengembangkan dakwah dalam bidang tulisan yang mana pesan-pesan keislaman dihadirkan kedalam berbagai konten berbentuk rubrik yang menonjolkan nilai-nilai keislaman dan dengan pemilihan strategi yang efisien, majalah Hidayatullah dapat bertahan hingga 30 tahun lebih lamanya dan terus beroperasi sebagai sebuah industri.

Majalah Hidayatullah sebagai industri media massa berperan sebagai sumber alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat, Majalah Hidayatullah sebagai media massa yang berperan dalam menghidupkan warna dalam berdakwah. Majalah Hidayatullah telah menegaskan peran pentingnya sebagai media dakwah yang relevan dan adaptif dalam menyebarkan agama dan moralitas kepada masyarakat. Berbagai langkah inovatif yang diambil, termasuk pengembangan platform-platform digital seperti situs web dan media sosial, menjadi bukti komitmen Majalah Hidayatullah dalam menjawab tuntutan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat memperdalam aspek penerimaan khalayak terhadap konten-konten dakwah di media seperti majalah Hidayatullah, baik secara

kualitatif maupun kuantitatif. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan untuk membandingkan efektivitas strategi dakwah antara media cetak dan digital, khususnya dalam konteks pembentukan opini publik dan pengaruhnya terhadap perilaku keagamaan. Selain itu, akan sangat bermanfaat jika penelitian yang mendatang membahas aspek ekonomi media dakwah, seperti model pendanaan, keberlanjutan distribusi, serta peran komunitas pembaca dalam mendukung eksistensi media berbasis nilai islami seperti Hidayatullah. Pendekatan yang lebih interdisipliner dengan melibatkan studi komunikasi, dakwah, dan sosiologi media akan memperkaya pemahaman terhadap dinamika media Islam dalam lanskap media digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. F. (2022). Eksistensi media cetak dakwah instansi pemerintah (Studi kasus majalah MPA Kanwil Kemenag Prov. Jatim) [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya].
- Alamsyah. (2018). Efektivitas dakwah melalui majalah. *Jurnal Penelitian Dakwah*.
- Alifia, N., Sumijaty, S., & Chidayah, P. P. N. (2024). Pengaruh kegiatan dakwah Muslim Qur'anic Academy terhadap religiusitas peserta. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(1), 103–118. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v9i1.38138>
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, A. (2004). *Ilmu dakwah (Edisi revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Bittner, J. R. (1986). *Mass communication: An introduction*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity Press.
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah di era konvergensi media. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(16), 20–34. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.353>
- Maulana, M. S. (2017). *Majalah Aula di era digital: Studi tentang strategi majalah AULA sebagai media dakwah* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung].

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
<https://doi.org/10.1086/267990>
- Muhtadi, A. S. (2018). *Pengantar ilmu jurnalistik*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Nurjuman, H. (2018). Konstruksi Islam sebagai simbol identitas melalui representasi perempuan Muslim pada novel religi. *Jurnal Kajian Budaya*, 12(1), 61–81.
- Quail, D. (1987). *Mass communication theory*. Jakarta: Erlangga.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. (2001). *Communication theories: Origins, methods and uses in the mass media* (5th ed.). London: Addison Wesley Longman.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu dakwah*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Zaini, A. (2014). Dakwah melalui media cetak. *Jurnal Penelitian Dakwah*.
- Zulkarnain, A. (2018). Penggunaan desain grafis pada majalah Hidayatullah sebagai media dakwah dalam menarik minat baca Madu di Bandar Lampung [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].