

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### A. Gambaran Umum Majalah Kuntum

##### a. Sejarah Majalah Kuntum

Majalah Kuntum pada mulanya diterbitkan oleh Pimpinan Daerah Ikatan Remaja Muhammadiyah Kotamadya Yogyakarta pada tahun 1976. Atas gagasan Mashari Makhasi, yang sekaligus menjabat sebagai Ketua Umum Ikatan Remaja Muhammadiyah Daerah Kotamadya Yogyakarta dan juga gagasan dari Adil Amrullah Sadewa, yang pada saat juga itu sebagai Koordinator Pengkajian Ilmu Pengetahuan Ikatan Remaja Muhammadiyah.<sup>1</sup>

Kemudian mereka menghadap Pimpinan Daerah Muhammadiyah Majelis Pendidikan dan Kebudayaan yang pada saat itu diketuai oleh Drs. Musa Ahmad. Dengan maksud meminta persetujuan, dukungan dan modal untuk menerbitkan majalah khusus pelajar dan remaja tersebut. Setelah diadakan pembahasan, Majelis Pendidikan dan Kebudayaan memberikan modal untuk penerbitan pertama kali. Sedang, dalam pengelolaanya diserahkan oleh Ikatan Remaja Muhammadiyah langsung.

Adapun faktor pendorong diterbitkan Majalah Kuntum ialah pada saat itu munculnya majalah yang berkiblat pada *lifestyle*, menonjolkan pada komersial, kurang mendidik dan sama sekali tidak Islami, yang mana

---

<sup>1</sup>Wawancara Bapak Asrori, Bagian Distribusi Majalah Kuntum, di Kantor Majalah Kuntum, pada 18 Februari 2019, pukul 14.10 WIB.

majalah seperti itu banyak digemari oleh remaja dan pelajar pada saat itu. Menghadapi kondisi yang demikian, timbulah keinginan untuk menghadirkan gagasan literasi dalam bentuk majalah sebagai pendukung pelajar dan remaja dalam proses pendidikan yang berbuansa Islami.

Majalah inipun diberi nama Kuntum, atas inisiatif dari M. Habib Chirzin. Dalam bahasa Indonesia bermakna kuncup atau satuan bunga, sedang dalam bahasa Arab artinya kamu sekalian. Kata kuntum diambil dalam ayat al-Qur'an surat ali-Imran : 110.<sup>2</sup>

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ  
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

Artinya :

*Kalian adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah.*

Dari dasar nama tersebut, diharapkan agar Majalah Kuntum nantinya akan mekar dan berkembang. Namun, sejak saat itu Majalah Kuntum sempat terhenti, dan hanya bertahan selama dua tahun, tepatnya pada 1978 akibat kerugian yang cukup besar.

Pada tahun 1982 Masyhari mengusulkan agar kembali menerbitkan Majalah Kuntum. Mengingat adanya hambatan komunikasi dan informasi positif, kreatif, dan edukatif yang sejalan dengan maksud pendidikan yang dicita-citakan. Kenyataannya bahwa arus informasi dan komunikasi yang

---

<sup>2</sup> QS. Ali-Imran (3): 110

meliputi pelajar, masih banyak dikuasai oleh media massa yang berorientasi pada komersial, konsumerisme dan gaya hidup yang dikhawatirkan akan membawa pengaruh buruk psikologis, ideologis pelajar yang tidak sejalan dengan maksud dan cita-cita pembangunan. Disamping itu Indonesia pada saat itu masih kurang adanya media massa yang digunakan untuk menyalurkan informasi, bakat, kreativitas dan aspirasi yang khas untuk kehidupan pelajar. Terakhir, bahwa adanya kenyataan bahwa proses interaksi belajar mengajar dalam tradisi sistem dakwah cenderung terkungkung pada batas pendekatan formal, sehingga kurang memperhatikan ada pengaruh yang lebih besar pada proses interaksi lain di luar itu.<sup>3</sup>

Dari latar belakang tersebut, diajukanlah kepada Pimpinan Daerah Ikatan Remaja Muhammadiyah yang pada saat itu masih diketuai Drs. Musa Ahmad. Setelah dilakukan musyawarah, diambil kesepakatan untuk menerbitkan Majalah Kuntum kembali, dengan pengelolaannya diserahkan langsung oleh Pimpinan Pusat Ikatan Remaja Muhammadiyah Di Yogyakarta.

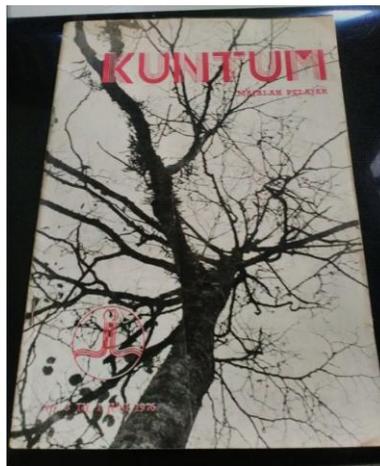
---

<sup>3</sup> Dokumentasi Majalah Kuntum, dikutip pada tanggal 19 Februari 2019 pukul 13.03 WIB.

## b. Tren Perubahan Majalah Kuntum

Sejak tahun 1976 Majalah Kuntum terbit, sudah disesuaikan dengan segmentasi yaitu remaja yang berdasarkan situasi dan kondisi pada saat itu. Sehingga Majalah Kuntum mempunyai tren atau strategi sendiri dalam menggaet remaja disetiap zaman. Begitu pula tahun-tahun sesudahnya. Kuntum melakukan perubahan, mengingat perkembangan zaman tidak bersifat statis. Dengan berbagai tren pada zamannya Kuntum mencoba untuk menyesuaikan diri dan tidak lepas dari *spirit* Inspirasi Kaum Mudanya untuk bersyiar. Berikut tren perubahan Majalah Kuntum :<sup>4</sup>

### a. Tahun 1976



Gambar 4.1 (Cover Majalah Kuntum Desain Foto Abstrak)

Pada periode ini merupakan kali Majalah Kuntum terbit dan masih berbentuk buletin. Pada saat itu pun segmentasinya tidak seluas sekarang, hanya terbatas pada kalangan pelajar SLTP maupun SLTA yang berada di Kotamadya Yogyakarta.

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Asrori Distributor Majalah Kuntum, tanggal 18 Februari 2019 pukul 13.30 WIB di Kantor Majalah Kuntum.

Desain yang digunakan menggunakan foto yang kemudian ada unsur seni dan abstrak. Lain dengan cover majalah komersil yang heboh dengan isu *lifestyle*. Pun, dari pembahasan Kuntum kaya akan unsur edukatif, inspiratif dan Islami. Serta menggunakan logo Kuntum yang berbentuk kuncup bunga dan logo tulisan yang berwarna merah. Sebagai bentuk eksistensi Kuntum. Walau dari warna yang digunakanpun masih menggunakan beberapa warna saja.

Namun demikian, akhirnya Kuntum dapat membuat media alternatif dalam menyelamatkan gagasan literasi yang sehat, dengan menggunakan gaya bahasa yang baku, formal dan berat. Namun, periode ini tidak berlangsung lama, setelah mengalami kerugian yang cukup besar, mengharuskan Kuntum untuk vakum.

b. Periode 1982

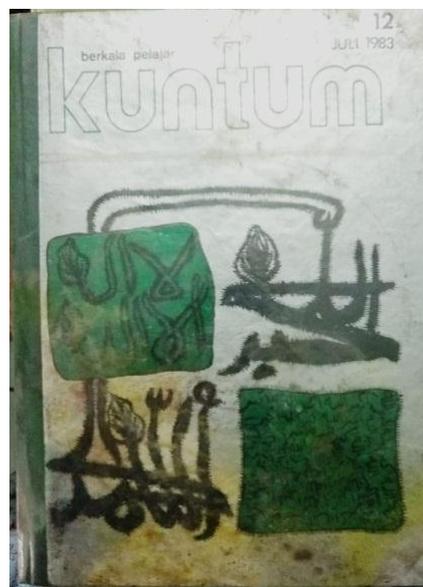


Gambar 4.2 (Cover Majalah Kuntum Desain Foto Abstrak)

Sejak terbit kembali setelah vakum selama 2 tahun. Majalah Kuntum hadir dengan masih menggunakan desain foto yang ada unsur seni abstrak. Walau tidak lagi menggunakan warna, melainkan hitam putih. Kemudian dari logo yang digunakan masih kaku dan formal,

bahkan tidak ada warna, beda dengan desain sebelumnya yang sudah menggunakan warna. Dari segi bentuknya, Kuntum merubahnya dari buletin ke tabloid dengan ukuran yang lebih besar, namun masih terbatas hanya beberapa halaman saja. Dengan gaya bahasa kaku, formal dan berat. Dengan pembahasan bersifat edukasi, mengangkat isu dan bernuansa Islami.

c. Periode 1983

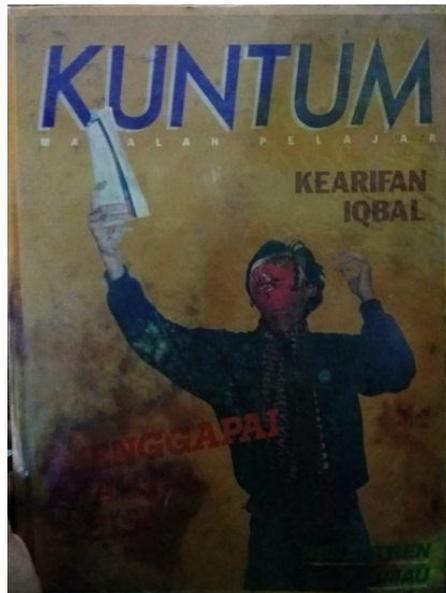


Gambar 4.3 (Cover Majalah Kuntum Desain Fignet)

Tahun 1983, Majalah Kuntum merubah cover dengan menggunakan desain Fignet yaitu lukisan abstrak. Mengingat pada saat itu koran, tabloid hingga majalah menggunakan ornamen Fignet tersebut. Pada saat itu, Majalah Kuntum juga sudah menggunakan warna, walaupun masih terbatas pada covernya saja. Namun, pada logo dan gaya bahasa belum berubah, yaitu masih yaitu masih sama seperti sebelumnya kaku, formal dan berat. Sifatnyapun masih majalah berkala,

yakni belum ditentukan secara tetap waktu terbitnya. Kemudian, pada tahun 1985 Kuntum sudah merubah bentuknya menjadi majalah dengan tiga puluhan halaman.

d. Periode 1988



Gambar 4.4 (Cover Majalah Kuntum Desain Menggunakan Model, namun Muka Disamarkan)

Pada periode ini, Majalah Kuntum menggunakan model manusia sebagai cover, namun pada bagian wajah disamarkan. Dari segi logo sudah berubah, yakni diberi warna secara keseluruhan, menggunakan jenis huruf yang berbeda dengan ditulis menggunakan huruf kapital semua. Dalam gaya bahasa masih kaku, formal, dan berat. Serta tema pembahasan mengandung unsur edukasi, isu dan bernuansa Islami.

## e. Periode 1995



Gambar 4.5 (Cover Majalah Kuntum Menggunakan Model Wanita)

Saat Majalah Kuntum merubah desain covernya menggunakan model wanita, penjualan laku keras, dan mendapati banyak peminat. Mengingat menggunakan wanita sebagai model merupakan tren pada masa itu. Kuntum bertahan dengan cover seperti ini cukup lama. Hingga berbagai kritik masuk ke redaksi, menolak menjadikan wanita sebagai bahan pemikat khalayak, dengan berbagai pertimbangan Majalah Kuntum mengubah desain covernya.

Pada periode ini terjadi pula perubahan logo Kuntum dari segi warna, jenis huruf dan peletakannya. Namun, dari gaya bahasa dan pembahasan masih sama seperti sebelumnya yaitu menggunakan gaya bahasa yang kaku, formal dan berat. Serta tema pembahasan edukasi, isu, dan bernuansa Islami. Kemudian pada tahun 2000-an ke atas

majalah Kuntum sudah menggunakan warna secara keseluruhan (*full colour*).

f. Periode 2006-sekarang



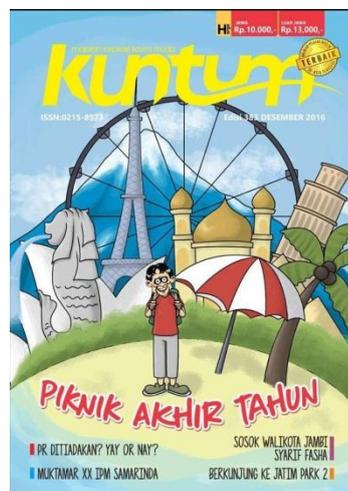
Gambar 4.6 (Cover Majalah Kuntum Desain Tematik Realis)

Setelah mendapat kritikan dari pembaca, maka Kuntum mengganti desain covernya menggunakan gambar realis berdasarkan isu atau tema yang dibahas pada edisi tersebut. Logo Kuntum yang digunakan masih sama seperti periode sebelumnya, segitu juga dengan gaya bahasa masih kaku dan formal, serta pembahasan bersifat edukasi, mengangkat isu dan bernuansa Islami.



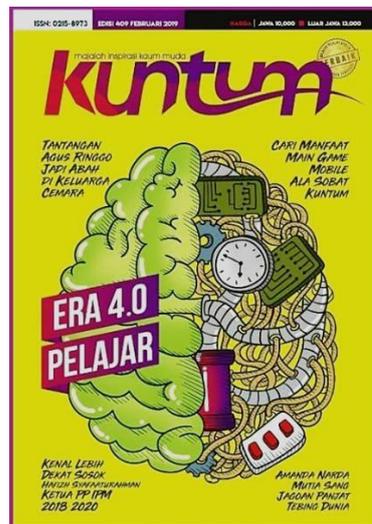
Gambar 4.7 (Cover Majalah Kuntum Desain Tematik Tahun 2010)

Berdasarkan gambar di atas, desain tematik realis masih digunakan. Walau dengan berbagai perubahan yang terjadi. Seperti pada latar belakang yang lebih padat, serta logo Kuntum tampil dengan warna, dan jenis huruf yang beda. Selain itu, bentuk fisik majalah juga sudah beda, dari ukuran majalah yang lebih kecil, hingga kertas yang digunakan. Di tahun 2000an ke atas ini pula terjadi perubahan gaya bahasa menjadi lebih ringan, menggunakan bahasa Indonesia bersampur bahasa Inggris serta dipadankan dengan bahasa gaul remaja.



Gambar 4.8 (Cover Majalah Kuntum Desain Tematik Tahun 2016)

Semakin majunya perkembangan zaman, me5mbuat kebutuhan dan tingkat ketertarikan khalayakpun semakin beragam. Dengan segmentasi remaja, maka Majalah Kuntum mengubah tematik realis menggunakan kartun atau ilustrasi yang lebih menarik. Perubahan ini mendapat antusias besar dari khalayak. Tidak hanya cover, tapi juga merombak rubrik menjadi semakin beragam, jenis huruf yang dapat digunakan lebih bebas, dan juga pada logo Kuntum dengan warna bebas sesuai tema desain tematik, dan jenis huruf yang lebih menarik.



Gambar 4.9 (Cover Majalah Kuntum Desain Tematik Tahun 2019)

Hingga pada tahun 2019, Majalah Kuntum terus meningkatkan kualitas fisik dan kontennya. Mengingat segmentasi Majalah Kuntum ialah remaja yang dewasa ini, memiliki tingkat kreativitas, dan lebih tertarik pada hal unik dan aneh. Dengan kualitas desain cover yang seperti ini, diharapkan Majalah Kuntum dapat bertahan ditengah perubahan zaman dan tetap menarik hati remaja.

Tidak hanya cover, dari tata letak, corak warna yang dipilih pun yang sesuai dengan jiwa remaja dewasa ini. Sebanyak 44 halaman Majalah Kuntum hadir dengan berbagai rubrik yang semakin beragam.

Dengan berbagai tren perubahan yang dilakukan Majalah Kuntum dari tahun ke tahun. Membuktikan bahwa, Majalah Kuntum terus membenah kualitas fisik dan kontennya yang disesuaikan dengan perkembangan zaman, untuk menggaet remaja pada masanya. Hal ini, merupakan strategi yang dilakukan Majalah Kuntum untuk dapat bertahan disetiap perubahan zaman. Seperti, mencari komunikator, mengenal segmentasi khalayak, memasukkan pesan, menetapkan metode dan menggunakan media yang benar-benar harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi saat itu.

c. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan Majalah Kuntum sebagai majalah dengan pribadi yang bermoral Islami, terbuka, dan berwawasan luas.

b. Misi

Menyajikan bacaan sehat, berkualitas, menyerukan kebaikan, dan mencegah kemungkaran.

d. Tujuan Majalah Kuntum

a. Tujuan Secara Umum

Tujuan dari terbitnya Majalah Kuntum, tentu tidak terlepas dari yang melatar belakangi penerbitan majalah ini, yaitu :

1. Melaksanakan Dakwah Islam Amar Ma'ruf lewat media tertulis atau media cetak.
  2. Membimbing dan mengingatkan para pelajar dan remaja agar menggunakan gaya hidup sesuai tuntunan Islam.
  3. Membimbing dan mengarahkan para pelajar dan remaja agar menjadikan Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari.
  4. Sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi antar pelajar.
  5. Sebagai media menulis dan menyampaikan ide kreatif dan konstruktif
  6. Sebagai sumber ilmu dan sumber informasi yang sehat.
2. Tujuan Secara Khusus
- a. Tujuan Jangka Panjang
    - 1) Merambah ke media digital
    - 2) Mempunyai *workspace*
    - 3) Pusat *merchandise* pelajar Muhamamdiyah
  - b. Tujuan Jangka Pendek
    - a) Mempertahankan pelanggan yang sudah ada
    - b) Menambah pelanggan di luar pulau
    - c) Regenerasi *crew*
  - c. Struktur Organisasi

Majalah Kuntum merupakan sebuah lembaga komunitas Ikatan Pelajar Muhammadiyah. Dari keberadaannya pun dibawah langsung oleh

Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah, baik secara organisatoris maupun terkait pertanggung jawaban. Walaupun demikian, terkait pengelolaan, sepenuhnya menjadi kewenangan segenap pengelola Majalah Kuntum.

Untuk mempermudah pembagian kerja antar sesama kerabat kerja. Majalah Kuntum juga memiliki struktur organisasi yang sekaligus sebagai mekanisme kerja pengelola Majalah Kuntum. Adapun struktur organisasinya adalah sebagai berikut :

Pimpinan Umum	: Andrian Sidiq Nugroho
Pimpinan Perusahaan	: Sutrisno
Pemimpin Redaksi	: Hamman Izzudin
Editor	: Nisa Mutia Sari
Reporter	: Annisa Herfiana Ida Setyaningish
Produksi/Grafis	: Fukkar Al Wathoni
Ilustrator	: Lukman Fathurrohman
Admin Online	: Lambang Hernawan
Iklan dan Pemasaran	: Dani Kurniawan Yusron Ardi Darmawan
Keuangan	: AdityaAkhmad Puspita Sari
Distribusi/Rumah Tangga	: M. Asrori

#### d. Lokasi Majalah Kuntum

Kantor Majalah Kuntum terletak di Jalan Kapten Piere Tendean No. 56, Kelurahan Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55252.

Akses menuju lokasi Kantor Majalah Kuntum cukup mudah. Jika ditempuh dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berjarak kurang lebih 5 Km atau jika ditempuh dengan kendaraan bermotor kira-kira memerlukan waktu 12 menit. Sedangkan jika ditempuh dari pusat kota (0 Km) kurang lebih berjarak 2,4 Km dan memerlukan waktu kurang lebih sedang 8 menit jika ditempuh menggunakan kendaraan bermotor. Secara geografis, letak Kantor Majalah Kuntum masih berada di kawasan Klinik Firdaus tepatnya di sebelah kanannya.

#### e. Rubrik Majalah Kuntum

Majalah Kuntum terdiri dari beberapa rubrik, dimana masing-masing rubrik memiliki pembahasan berbeda-beda, serta dilihat dari sudut pandang yang berbeda pula. Berikut deskripsi rubrik Majalah Kuntum :

##### a. *Cover*

Berupa gambar atau ilustrasi yang ada kaitannya dengan tema yang sedang di angkat pada edisi tersebut, disertai judul artikel yang dirasa menarik pada edisi tersebut.

##### b. Kepingan Isi

Pada rubrik ini mengemukakan cuplikan artikel, berupa gambar, nama rubrik dan judul artikel yang akan dibahas pada edisi tersebut. Artikel

yang akan dimuat pada Kepingan Isi ini selalu berubah-ubah sesuai dengan artikel yang dirasa menarik pada edisi tersebut.

c. Editorial

Berisi struktur organisasi pengelola Majalah Kuntum, serta kata pengantar dari pimpinan redaksi Majalah Kuntum kepada pembaca, seputar tema pembahasan pada edisi tersebut.

d. Beranda

Memuat jawaban redaksi atas beberapa pertanyaan pembaca yang dikirim lewat media online Kuntum.

e. *Issue*

Berupa pemaparan atas tema yang sedang diangkat oleh Majalah Kuntum. Dibahas sebanyak 4 halaman dengan sudut pandang pembahasan yang berbeda-beda, dimulai dari penjelasan secara umum, kemudian khusus hingga solusi atau pendapat pembaca terhadap tema yang diangkat.

f. *Whats Up*

Mengangkat seorang *public figur* dari dunia *entertainment*. Dengan mengulas berbagai hal menarik dari kegiatan yang baru saja ia geluti.

g. *Fashion*

Membahas segala hal yang berhubungan dengan dunia *fashion*, tentu yang memiliki unsur menarik dan unik, mulai dari aksesoris, tas, baju, kain dan sebagainya.

h. *Unique*

Membahas inovasi tentang benda-benda yang mempunyai nilai unik dan bermanfaat.

i. *Resensi*

Mengulas tentang satu film dan buku terbaru, mulai dari menjelaskan sinopsis, dan menceritakan hal-hal menarik dari film atau buku tersebut. Sehingga bisa menjadi acuan pembaca untuk memilih film atau buku.

j. *Recommended*

Hampir sama dengan rubrik resensi. Bedanya, Recommended memuat lebih dari satu film atau buku yang dibahas. Dengan menjelaskan sinopsis secara singkat dalam satu paragraf.

k. *Tokoh*

Mengangkat seseorang dari kalangan dewasa yang melakukan kegiatan positif, serta prestasi yang telah dicapai tokoh tersebut. Dengan poin pemaparan yakni nilai-nilai yang bisa diterapkan remaja, walau yang dibahas tokoh dewasa.

l. *E-Lifestyle*

Mengulas perkembangan teknologi dan informasi mutakhir dunia.

m. *Campus*

Membahas seputar kampus yang ada di Yogyakarta dari keunggulan serta hal-hal menarik pada kampus tersebut. Sehingga dapat dijadikan gambaran dan acuan pembaca dalam memilih kampus., serta dapat menjadi ajang promosi kampus.

n. *Special Event*

Berisi berita seputar Muhammadiyah, Otonom Muhammadiyah, dan berita umum lainnya, yang biasanya dikirim oleh kontributor atau diambil website yang bekerjasama dengan Majalah Kuntum atau dari liputan tim redaksi Majalah Kuntum sendiri. Biasanya terdiri dari satu berita atau dua berita dalam dua halaman.

o. Sana-sini

Hampir sama seperti Rubrik Special Event, berisi berita terkait Muhammadiyah, Otonom Muhammadiyah dan berita umum yang relevan dengan pelajar dan remaja. Ditulis dalam satu paragraf lead berita. Sumber tulisan dikirim dari kontributor atau diambil dari website yang bekerjasama dengan Majalah Kuntum, serta dari liputan tim redaksi Majalah Kuntum sendiri.

p. Puisi

Berisi puisi kiriman dari pembaca Majalah Kuntum. Tema bebas, asal mengandung edukasi dan baik dikonsumsi pembaca yang notabeneanya pelajar dan remaja.

q. *Youth Profile*

Mengangkat pelajar atau remaja sebagai narasumber inspiratif. Dengan mengunggulkan prestasi yang diraih, baik di bidang akademik maupun non akademik dan dijenjang nasional maupun internasional.

r. Kulineran

Membahas seputar dunia kuliner. Mulai dari makanan, minuman ataupun tempatnya yang unik dan mengundang daya tarik pengunjung.

s. Jalan-jalan

Menyuguhkan tempat-tempat menarik dan beredukasi di Indonesia.

t. Idea

Berisi tips dan trik yang dikirim oleh pembaca Majalah Kuntum. Topik yang diangkat bebas, asal mengandung unsur edukasi dan mengajak ke hal-hal yang bermanfaat.

u. Klinik Remaja

Menjelaskan penyakit atau kebiasaan-kebiasaan buruk yang berdampak pada menurunnya kesehatan. Pembahasan yang diangkatpun, masih dekat dengan keseharian remaja, dan dikupas oleh ahli medis.

v. *On The Spot*

Menyuguhkan karya foto yang dikirim oleh pembaca Majalah Kuntum. Dengan tema yang sudah ditentukan oleh redaksi Kuntum, dengan menyertakan judul foto, jenis kamera yang digunakan, dan lokasi pemotretan.

w. *Trending*

Mengulas sesuatu yang sedang *viral* atau *trending* di Youtube atau twitter. Dengan memaparkan penyebab hal tersebut viral dan berisi ulasan dari sudut pandang tim redaksi Kuntum. Namun, tidak semua hal viral dapat dimasukkan pada rubrik trending ini, karena tim redaksi

menyaring lagi, hal viral apa yang dapat di diulas dan dikonsumsi remaja secara massal.

x. Sobat Kuntum

Berupa artikel yang ditulis oleh pelajar yang tergabung dalam Komunitas Sobat Kuntum. Membahas hal-hal yang dekat kaitannya dengan dunia pelajar disertai pendapat beberapa pelajar lainnya terkait tema yang diangkat.

y. Sekolah Kita

Hampir sama dengan rubrik *Campus*, namun pada rubrik ini membahas seputar hal menarik dan keunggulan sekolah yang ada di Yogyakarta. Dimuat dalam dua halaman, halaman pertama berisi foto kegiatan sekolah dan halaman satunya lagi berisi tulisan mengenai ulasan sekolah tersebut.

z. Mutiara Hati

Merupakan rubrik dakwah yang berisi kajian satu ayat al-Qur'an, yang ditulis langsung oleh seorang Da'i. Mengangkat tema tidak terlalu berat seperti yang dekat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari. Pembahasan ini ditulis sebanyak dua halaman, menggunakan bahasa kaku dan formal, namun mudah dicerna.

aa. Cerpen

Menyuguhkan cerita pendek fiksi karya pembaca. Tidak ada tema khusus, namun dengan catatan berisi pesan moral, ataupun pesan edukasi, dan Islami.

bb. Comic

Menyuguhkan komik dengan alur cerita yang dekat dengan keseharian pelajar. Serta mengandung unsur edukasi dan mengandung pesan moral.

cc. Mangkunteng Menjawab

Di rubrik ini memuat jawaban Mangkuteng atas pertanyaan aneh, lucu dan gokil yang dilontarkan pembaca Kuntum via SMS. Mangkuteng ialah salah satu karakter khas andalan Majalah Kuntum.

dd. Kotak Kuntum

Berisi teka- teki silang yang ditujukan kepada pembaca Majalah Kuntum. Juga memuat kunci jawaban teka teki silang edisi bulan kemarin, disertai Kupon Kotak Kuntum, sebagai syarat untuk memenangkan kuis.

## **B. Unsur-unsur Dakwah Majalah Kuntum**

Dalam bukunya Anwar Arifin yang berjudul *Dakwah Kontemporer* menyatakan bahwa, perumusan strategi dakwah merupakan kolaborasi antara semua unsur dakwah mulai dari komunikator, khalayak, pesan, metode, dan media yang tentu disesuaikan dengan kondisi dan situasi.

Maka, terlebih dahulu penulis paparkan unsur-unsur dakwah Majalah Kuntum pada hasil penelitian ini, agar memudahkan penulis dalam menganalisis rumusan strategi dakwah Majalah Kuntum pada pembahasan selanjutnya. Berikut unsur-unsur dakwah Majalah Kuntum dari hasil wawancara dan pengamatan penulis :

### **1. Komunikator Majalah Kuntum**

Pada Majalah Kuntum , yang berperan sebagai komunikator adalah sebagai berikut :

#### **a. Narasumber Majalah Kuntum**

Narasumber ialah seseorang atau lembaga yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang suatu informasi, atau sebagai sumber informasi untuk kepentingan konten di rubrik Majalah Kuntum.

Masing-masing rubrik memiliki kualifikasi dalam memilih narasumber, seperti rubrik *What's Up* narasumbernya diambil dari kalangan *entertainment*, rubrik *Tokoh* narasumbernya dari kalangan orang dewasa yang memiliki pengaruh dan bermanfaat bagi lingkungan, rubrik *Youth Profile* dari kalangan pelajar yang berprestasi, dan rubrik

Mutiara Hati mensyaratkan seorang *ustadz* atau ulama yang paham betul akan agama Islam sebagai narasumbernya.

b. Pengelola Majalah Kuntum

Dalam media massa seperti majalah, khalayak mengenal komunikatornya bukanlah perorangan, melainkan lembaga atau pengelolanya itu sendiri. Karena, dalam proses produksi dan distribusi pesan media massa tidak menyebutkan nama individu. Mengingat pesan atau isi media massa tersebut merupakan hasil karya bersama orang.

Berikut data pengelola Majalah Kuntum :

Tabel 4.1 Data Pengelola Majalah Kuntum

No	Nama	Jabatan	Pendidikan Terakhir
1	Andrian Sidiq Nugroho	Pimpinan Umum	S1 PAI
2	Sutrisno	Pimpinan Perusahaan	S1
3	Hammam Izzudin	Pimpinan Redaksi	S1 Ilmu Komunkasi UPN Veteran Yogyakarta
4	Nisa Mutia Sari	Editor	S1 Ilmu Komunikasi UMY
5	Annisa Herfiana	Reporter	S1
6	Ida Setyaningsih	Reporter	S1 Manajemen Produksi Pemberitaan MMTC
7	Fukkar Al Wathoni	Produksi/ grafis	S1 Amikom
8	Lukman	Ilustrator	S1 Peternakan

	Fathurrohman		UGM
9	Lambang Hermawan	Admin Online	S1
10	Dani Kurniawan	Iklan dan Pemasaran	S2 Komunikasi UNS
11	Yusron Ardi Darmawan	Iklan dan Pemasaran	S1 Pendidikan Ekonomi
12	Aditya Akhmad Puspita Sari	Keuangan	SMK Akutansi
13	M, Asrori	Distibusi/ Rumah Tangga	S1 Sastra Arab UGM

Berdasarkan tabel di atas, pengelola Majalah Kuntum, tidak mengharuskan jurusan tertentu. Namun yang terpenting adalah mempunyai minat jurnalistik. Dalam kirnerja kerja juga masih pemula dan semi profesional. Sehingga tidak membatasi untuk siapa saja yang telah memiliki keahlian jurnalistik. Bahkan, pengelola yang masih pemula, ditempa saat itu juga dengan memperbanyak menulis.

Terkait kelembagaan, Majalah Kuntum merupakan lembaga yang dibawah oleh Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (PP IPM), dan langsung ditanggung jawabi oleh ketua umum. Mengingat bahwasannya, gagasan literasi ini merupakan pemikiran dari pelajar yang sekaligus sebagai anggota Ikatan Remaja Muhammadiyah pada saat itu. Sehingga Majalah Kuntum juga disebut sebagai majalah komunitas dari

IPM. Sehingga jabatan strategis dalam srtuktur pengelola Majalah Kuntum, mesti dipegang oleh anggota IPM sebagai menjaga ideologi.

## 2. Khalayak Majalah Kuntum

Sejak awal hingga dewasa ini Majalah Kuntum masih menetapkan pelajar atau remaja sebagai khalayaknya. Mengingat anak muda merupakan objek penting untuk diberikan sumber bacaan yang positif. Sehingga Majalah Kuntum ada untuk memfasilitasi hal tersebut, dengan menyebarkan paham “edukatif” dan “inspiratif” pada remaja.

Adapun khalayak Majalah Kuntum, dilihat dari segi demografis, geografis, dan psikografis adalah sebagai berikut :

### a. Demografis

Dalam hal ini, berikut segmentasi utama Majalah Kuntum jika dilihat dari segi demografis:<sup>5</sup>

- |                                     |                             |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| 1) Usia                             | : 13-18 tahun               |
| 2) Jenis Kelamin                    | : Perempuan dan laki-laki   |
| 3) Pendidikan                       | : SMP dan SMA               |
| 4) Pekerjaan                        | : Pelajar                   |
| 5) Agama                            | : Islam                     |
| 6) Organisasi Islam                 | : Muhammadiyah              |
| 7) Organisasi Otonom Muhammadiyah : | Ikatan Pelajar Muhammadiyah |

---

<sup>5</sup> Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum pada 13 Februari 2019 pukul 20.10 WIB

## b. Geografis

Dilihat dari segi geogarafis segmentasi Majalah Kuntum dilakukan dengan mengenal letak wilayah khalayak (domisili). Berikut segmentasi utama Majalah Kuntum jika dilihat dari segi geografis :<sup>6</sup>

- 1) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta : 70%
- 2) Diluar DIY dan di luar pulau Jawa : 30 %

Berdasarkan data di atas, segmentasi utama Majalah Kuntum ialah pelajar yang berdomisili di Yogyakarta. Mengingat Majalah Kuntum berada di Yogyakarta, dan akses distribusinya lebih mudah, dan harga majalahnyapun lebih murah.

## c. Psikografis

Jika dilihat dari psikografis remaja, mengingat segmentasi Majalah Kuntum adalah remaja muslim. Sehingga jika dilihat dari segi psikografis, meliputi kepribadian, dan gaya hidup, rinciannya sebagai berikut <sup>7</sup>

- 1) Kepribadian : memiliki minat terhadap sesuatu yang bersifat inspiratif, menarik dan menghibur serta mengandung nilai-nilai Islam.
- 2) Gaya Hidup : modern, dinamis, Islami

---

<sup>6</sup> *Ibid*

<sup>7</sup> Wawancara Hammam Izzuddin, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum, di Festival Go Food pada 16 Februari 2019, pukul 13.30 WIB.

### 3. Pesan Dakwah Majalah Kuntum

Kajian dakwah sejatinya mencakup bidang yang amat luas, dan universal. Baik hubungan kepada Allah, kepada sesama manusia dan alam dan sekelilingnya. Mengingat segala perbuatan baik, dan positif yang beorientasi pada peningkatan kualitas kemanusiaan dan makhluk adalah termasuk dakwah secara universal.

Hasil pengamatan penulis, jika menyandingkan konten Majalah Kuntum dengan taglinenya “Inspirasi Kaum Muda”. Maka pesan yang terkandung dalam konten Majalah Kuntum, termasuk pesan dakwah *amar ma'ruf*. Mengingat bahwa pesan dakwah yang terkandung pada konten Majalah Kuntum tidak mengandung nilai-nilai Islam secara dominan, namun berisi kandungan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran secara universal dalam kehidupan sehari-hari secara konkrit, yakni seperti sebagai berikut :

Tabel 4.2 Kandungan Pesan Dakwah Amar Ma'ruf di Majalah Kuntum

No	Kandungan	Rubrik Majalah Kuntum
1	Pesan Inspiratif	Tokoh, <i>Youth Profile</i> , <i>Whats Up</i> ,
2	Pesan Informatif	<i>Unique</i> , <i>E-Lifestlye</i> , Jalan-Jalan, Kulineran, <i>Fahion</i> , <i>Issue</i> , <i>Recommended</i> , Sana-Sini, <i>Special Event</i> , <i>Idea</i> , Klinik Remaja, Sobat Kuntum, <i>Viral</i>
3	Pesan Islami	Mutiara Hati
4	Pesan Edukatif	<i>Campus</i> , Sekolah Kita, Resensi,

Berdasarkan tabel di atas, kandungan pesan dakwah Amar Ma'ruf pada Majalah Kuntum, dominan mengandung pesan informatif. Mengingat bahwa remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dengan informasi unik, dan hal baru. Dengan ketertarikan tersebut, Kuntum dapat memasukkan nilai positif di rubrik-rubrik tersebut.

#### 4. Metode Dakwah Majalah Kuntum

Metode dakwah yang dilakukan Kuntum dalam menyampaikan pesan dakwah, berdasarkan kerangka teori yang penulis paparkan sebelumnya, yaitu menggunakan metode *dakwah bi al-qalam*.

*Dakwah bi al-qalam* ialah dakwah melalui tulisan. Mengingat Kuntum menggunakan majalah cetak sebagai media dakwahnya. Dakwah menggunakan metode ini lebih praktis dan dapat menjangkau lebih banyak khalayak tanpa batasan jarak dan waktu. Dalam penyampain dakwahnya Majalah Kuntum menggunakan salah satu rubrik sebagai wadah dakwah, dan semua kontennya yang mengandung pesan kebaikan dan bersifat informasi positif.

#### 5. Media Dakwah Majalah Kuntum

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. menggunakan media yang tepat dalam berdakwah akan menghasilkan dakwah yang efektif. Media dakwah terdiri dari beberapa kategori. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara penulis, media yang digunakan Majalah Kuntum berdasarkan teori adalah media massa, yakni :

1) Media Cetak, yaitu majalah

Kuntum menggunakan, majalah sebagai media dakwah, karena pada majalah dapat memuat materi yang relatif lebih panjang dibanding media yang lain, juga memuat permasalahan yang kompleks. Kemudian terdiri dari rubrik yang bervariasi, sehingga pembaca dapat memilih materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya. Untuk memperkuat ingatanpun, dapat dibaca berulang-ulang kali, dimanapun tidak terbatas oleh waktu.

2) Media online yaitu *instagram*, *twitter* dan *website* (media sosial)

Dalam berdakwah, Kuntum juga menggunakan media online mengingat segmentasi Kuntum adalah remaja (Generasi Z) yang serba menggunakan internet. Dibanding media cetak, media online lebih canggih lagi, bisa mengakses dakwah tanpa hambatan waktu, jarak dan biaya distribusi. Bahkan, jangkauan khalayaknya lebih luas dan tak terbatas (bebas akses). Adapun, media sosial Kuntum, seperti *instagram* dengan akun @kuntummagazine, *twitter* @MajalahKuntum dan website [id.majalahkuntum.com/](http://id.majalahkuntum.com/).

### **C. Strategi Dakwah Majalah Kuntum**

Dalam mencapai tujuan umum Majalah Kuntum, maka diperlukan strategi untuk mencapai efektivitas tujuan tersebut. Sehingga berdasarkan pemaparan sebelumnya terkait unsur-unsur dakwah Majalah Kuntum. Maka, berikut analisis penulis berdasarkan hasil pengkolaborasian unsur-unsur dakwah untuk mengetahui strategi dakwah Majalah Kuntum.

Dalam pembahasan ini, penulis fokus pada permasalahan skripsi ini yaitu strategi dakwah yang dilakukan Majalah Kuntum, agar bisa bertahan dan tetap diminati oleh remaja atau Generasi Z sebagai segmentasinya, walaupun masih berbentuk cetak. Berikut strategi dakwah yang dilakukan Majalah Kuntum :

#### **1. Menentukan Kualifikasi Komunikator Majalah Kuntum**

Efektivitas dakwah dapat dibangun baik dengan mensyaratkan beberapa kualifikasi kepada komunikator. Hal ini sangat penting untuk membangun kepercayaan mad'u terhadap pesan dakwah yang akan disampaikan. Berikut kualifikasi komunikator Majalah Kuntum :

##### **a. Seorang Muslim/ muslimah**

Majalah Kuntum notabene adalah majalah dakwah. Maka, semua pengelola hingga narasumber diwajibkan beragama Islam. Maka, dalam pemilihan narasumber dan pengelola yang membuat konten, syarat utamanya adalah seorang muslim atau muslimah. Seperti yang diungkapkan Rasyid selaku Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum (Periode 2016-Januari 2019) :

“Karena kami adalah majalah pelajar muslim dengan tagline kami Inspirasi Kau Muda. Maka alangkah lebih baiknya kami mengambil tokoh inspiratif tersebut dari kaum muslim sendiri. Mengingat pasar kami juga mayoritas ke sana.”<sup>8</sup>

Mengingat bahwa keimanan seseorang dapat mempengaruhi pemikiran saat berargumentasi, dan bahkan digunakan pula sebagai landasan berpikir. Maka, ini merupakan hal krusial sebagai kualifikasi komunikator Majalah Kuntum.



Gambar 4.10 (Narasumber Rubrik Youth Profile)

Selain itu Kuntum juga selektif dalam memilih foto narasumber atau model yang akan dimuat pada majalah. Yaitu dalam segi berpakaian mencerminkan pribadi seorang muslim atau muslimah. Yakni untuk muslimah menggunakan hijab, dan untuk muslim harus menggunakan pakaian sopan dan berpenampilan rapi.

<sup>8</sup> Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum pada 13 Februari 2019 pukul 20.15 WIB

Dalam mencari narasumber, Kuntum juga lebih memprioritaskan tokoh Muhammadiyah, mengingat Kuntum merupakan salah satu Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Namun, tidak menutup kemungkinan, Kuntum juga akan mengangkat narasumber non Muhammadiyah, jika seseorang tersebut kredibel dan mumpuni dalam bidang yang dibutuhkan informasi.

b. Memiliki Kredibilitas

Kredibilitas adalah kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menimbulkan kepercayaan. Dalam konteks Majalah Kuntum bahwa komunikatornya yakni narasumber yang benar-benar ahli dalam topik yang dibicarakan (kapabilitas). Seperti Rubrik dakwah Mutiara Hati, narasumber yang dicari benar-benar kualifikasinya seorang ustadz yang paham betul akan nilai-nilai Islam, dan sudah memiliki jam terbang tinggi di ranah pengajian. Sehingga dalam membahas nilai Keislaman pada rubrik Mutiara Hati, mampu dan menguasai.<sup>9</sup>

Kemudian, narasumber sebagai komunikator Majalah Kuntum juga mesti dapat dipercaya, cerdas, dan berakhlak mulia. Seperti Kuntum menyortir narasumber dari riwayat hidupnya, tidak sedang tersangkut hukum atau telah melakukan hal merugikan dirinya tau orang lain, tidak kontroversi, dan di kehidupan sehari-hari ia memiliki *attitude* baik, dan sebagainya. Hammam sebagai Pimpinan Redaksi menyatakan bahwa :

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Andrian, Pimpinan Umum Majalah Kuntum, di Rumah pribadi beliau, pada 16 Februari 2019, pukul 20.15 WIB.

“Apalagi, ketika kami akan mengangkat narasumber untuk rubrik Whats Up. Kami mesti sangat berhati-hati, mengingat yang kami angkat adalah orang-orang yang berkecimpung di dunia *entertainment*. Sehingga kami mesti jeli betul, jangan sampai mengangkat artis yang memiliki kontroversi, pernah tersangkut hukum, ataupun mempunyai *attitude* tidak baik dalam kesehariannya dan jika perempuan kami pasti memilih yang menggunakan hijab.”<sup>10</sup>

Kemudian, dilihat pernyataan yang dikeluarkan narasumber sebagai komunikator lugas dan berbobot, menandakan bahwa dia adalah orang yang cerdas dan berpengalaman. Kualifikasi tersebut mesti sangat diperhatikan, agar Majalah Kuntum menampilkan sosok yang baik sebagai panutan dan dapat menginspirasi pembaca.

Begitupun pengelola sebagai komunikator, mesti ditempatkan sesuai dengan keahlian, dan kemampuannya pada bidang tersebut. Jika masih jurnalis pemula, maka belum diamanahkan menulis artikel berat. Juga ketika, berpotensi untuk ditempatkan sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Misalnya seorang sarjana pendidikan ekonomi, maka ditempatkan di bidang iklan dan pemasaran, dan lain sebagainya.

#### c. Inspiratif

Sesuai dengan tagline Majalah Kuntum “Inspirasi Kaum Muda”. Maka, semua narasumber yang Kuntum angkat memiliki nilai inspiratif. Mulai dari Rubrik *Youth Profile*, menampilkan pelajar yang aktif berorganisasi, berprestasi di jalur akademik maupun non akademik, di kancah nasional maupun internasional, hingga pelajar yang

---

<sup>10</sup>Wawancara dengan Hammam Izzuddin, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum, di Festival Go Food Yogyakarta, pada 16 Februari 2019, pukul 14.10 WIB.

mendapatkan beasiswa keluar negeri dan lain sebagainya. Hal ini senada yang disampaikan Hammam selaku Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum pada wawancara :

Kami, sengaja menghadirkan narasumber yang masih pelajar pada salah satu rubrik, agar pembaca yang mayoritas pelajar mempunyai kedekatan dengan narasumber, sehingga merasa tidak ada jarak terlalu jauh untuk meraih hal yang sama seperti narasumber yang berprestasi tersebut. Akibatnya mendorong pelajar untuk selalu optimis mencapai cita-cita mereka.<sup>11</sup>

Begitupun pada rubrik lainnya. Sesuai dengan salah satu tujuan Kuntum yakni sebagai sumber ilmu dan sumber informasi yang sehat. Sehingga konten yang dimuat semuanya bersifat edukasi, bermanfaat serta menginspirasi sesuai dengan ranah pembahasannya masing-masing. Agar tidak berdampak pada terkontaminasinya bacaan pelajar, dengan hal-hal yang tidak baik.

d. Memantapkan Lembaga Majalah Kuntum

Majalah Kuntum, merupakan lembaga yang dibawah oleh Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah, dan langsung ditanggung jawabi oleh ketua umum. Mengingat bahwasannya, gagasan literasi ini merupakan pemikiran dari pelajar yang sekaligus sebagai anggota Ikatan Remaja Muhammadiyah pada saat itu. Sehingga, dalam hal menyetujui, memberi modal serta bertanggung jawab pada saat itu, ditujukan kepada Pimpinan Daerah Ikatan Remaja Muhammadiyah

---

<sup>11</sup> Wawancara Hammam Izzuddin, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum, pada 16 Februari 2019, di Festival Go Food Yogyakarta, pukul 14.10 WIB.

Kotamadya Yogyakarta, yang mempunyai kebijakan, atas terbentuknya majalah komunitas ini.

Setelah disetujui, akhirnya Majalah Kuntum dapat terbit dan dibawah oleh Pimpinan Daerah Ikatan Remaja Muhammadiyah, yang kemudian diambil alih oleh Pimpinan Pusat Ikatan Remaja Muhammadiyah (sekarang Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah atau PP IPM) sampai sekarang. Namun, dari segi pengelolaannya diserahkan langsung oleh pengelola Majalah Kuntum.

Majalah Kuntum merupakan majalah komunitas dari IPM. IPM sendiri merupakan organisasi pelajar terbesar di Indonesia, dengan lebih dari tujuh juta pelajar sebagai anggotanya. IPM juga telah dinobatkan sebagai Organisasi Kepemudaan Terbaik se-Indonesia pada tahun 2016, 2011, 2013 dan 2015 oleh Kementerian Kepemudaan dan Olahraga Republik Indonesia.<sup>12</sup>

Selain itu, dengan adanya media literasi Majalah Kuntum ini, dapat memberika nilai plus tersendiri bagi IPM, yang akhirnya dapat meraih ASEAN TAYO (*Ten Accomplished Youth Organization in ASEAN*) Award pada tahun 2013, dan masih banyak lagi.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Rasyid Sidiq. *Menyongsong Kopdarnas Penggiat Literasi : Majalah Kuntum, 10 Tahun Menginspirasi Kaum Muda* Diakses <http://mpi.muhammadiyah.or.id/> pada Jum'at, 21 Januari 2019 pukul 22.34WIB.

<sup>13</sup> Wawancara Hammam Izzuddin, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum, di Festival Go Food Yogyakarta, pada 16 Januari 2019, pukul 14.10 WIB.

## 2. Mengenal Segmentasi Khalayak Majalah Kuntum

Mengenal segmentasi khalayak merupakan salah satu kunci bagi komunikator dalam menyusun strategi dakwah, demi kelancaran menyampaikan pesan dakwah kepada sasaran dakwah. Dalam mengenal segmentasi khalayak, seperti yang dijelaskan pada pembahasan unsur-unsur dakwah pada khalayak Majalah Kuntum, yaitu terkait dengan mengenal segmentasi Majalah Kuntum dari segi demografis, geografis dan psikografis.

Berikut analisis penulis, dalam upaya mengenal segmentasi khalayak Majalah Kuntum, dilihat dari segi demografis, geografis dan psikografis, yaitu :

### a. Demografis

Sejak saat pertama Kuntum diterbitkan, segmentasi Kuntum adalah remaja. Dikarenakan pada tahun 1970-an, munculnya majalah komersil yang berkiblat pada *lifestyle* yang kurang mendidik, jauh dari unsur Islami yang banyak digemari remaja dan pelajar pada saat itu. Maka, dari itu Kuntum diterbitkan untuk menagkal paham-paham tersebut dengan menggantinya dengan paham edukatif, inspiratif yang bernuasa Islami. Remaja yang menjadi khalayak Kuntum ialah yang berusia 13-18 tahun. Awalnya segmentasi Majalah Kuntum, adalah pelajar di sekolah Muhammadiyah, baik SMP maupun SMA yang berada di Kotamadya Yogyakarta. Kemudian, dilebarkan ke seluruh pelajar SMP dan SMA Muhammadiyah Daerah Kotamadya

Yogyakarta. Dewasa ini segmentasi Kuntum, diperuntukkan lebih luas lagi, yaitu pelajar dan remaja Muhammadiyah dan diluar Muhammadiyah diseluruh Indonesia.

Kemudian dilihat dari jenjang pendidikan. Pelajar SMP dan SMA adalah segmetasi utama Majalah Kuntum. Namun, tidak menutup kemungkinan meluas di jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD) hingga tingkat Perguruan Tinggi.

Walau, tidak menutup kemungkinan sasaran majalah ini akan meluas. Mengingat kami juga pernah menjadikan anak SD dan mahasiswa sebagai tokoh inspiratif. Juga dari beberapa pengirim artikel dan karya lainnya juga banyak yang berasal dari SD, perguruan tinggi, pondok pesantren. Sehingga majalah Kuntum tidak membatasi khalayak, bahkan bersifat terbuka bagi siapapun yang membutuhkan bacaan bergizi baik juga wadah dalam berkarya.<sup>14</sup>

Mengingat, Majalah Kuntum lahir dari pemikiran anggota Ikatan Pelajar Muhamamdiyah, dan juga dikelola di bawah naungan Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah. Maka, yang menjadi sasaran utama Majalah Kuntum adalah anggota Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM).

b. Geografis

Majalah Kuntum merupakan gagasan pemikiran dari pelajar Yogyakarta dan berkembang sampai sejauh ini juga di Yogyakarta. Sehingga, wajar jika sejak awal terbit hingga kini segmentasi utama Majalah Kuntum adalah pelajar Yogyakarta.

---

<sup>14</sup> Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum pada 13 Februari 2019 pukul 20.10 WIB

Dengan jarak yang dekat, memudahkan pengelola dalam proses distribusi ke pelajar Yogyakarta. Demikian, pelajar Yogyakarta juga merasakan kedekatan yang lebih, dibanding diluar Yogyakarta hingga luar pulau, mengingat Majalah Kuntum keberadaanya ada di Yogyakarta, dan informasi yang disampaikanpun, juga masih disekitar wilayah Yogyakarta.

### c. Psikografis

Dilihat dari kepribadian khalayak Kuntum, mereka memiliki minat terhadap sesuatu inspiratif, menarik dan menghibur. Mengingat remaja memiliki rasa ingin tahu yang masih tinggi. Maka Majalah Kuntum banyak memuat konten menarik, seperti rubrik *Unique*, *Fashion*, *Lifestyle*, *Resensi*, *Recommended*, *Kulineran*, *Jalan-Jalan*, *Klinik Remaja* dan lain sebagainya. Kemudian memuat tokoh-tokoh inspiratif pada rubrik *Tokoh*, *Youth Profile*. Serta konten-konten hiburan seperti sastra, komik, teka-teki dan sebagainya.



Gambar 4.13 (Rubrik E-Lifestyle memuat Informasi Teknologi Mutakhir)

Kemudian, dari gaya hidup, khlayak Kuntum perlu disampaikan nilai-nilai Islam sejak dini. Agar mereka matang dalam menghadapi permasalahan kehidupan ditengah modernisasi. Dewasa ini, remaja yang kita sebut sebagai Generasi Z, diakui memiliki intelektual yang tinggi, bahkan akrab dengan perkembangan teknologi yang mutakhir, dan memiliki fisik yang terampil. Namun sangat disayangkan, kurang diimbangi dengan mental spiritual yang kuat.

Maka, remaja dewasa ini, sangat membutuhkan nilai-nilai Islam, sebagai pengingat agar tetap berjalan sesuai koridor Islam. Sehingga dibutuhkanlah sarana dakwah yang dapat memahami karakteristik remaja saat ini. Majalah Kuntum dengan tagline “Inspirasi Kaum Muda” menyampaikan paham “edukatif” dan “inspirasi” pada tiap kontennya juga secara eksplisit dan implisit menyampaikan nilai-nilai Islam, mulai dari nilai akidah, nilai syari’ah dan nilai akhlaq. Sehingga, remaja tetap mendapatkan informasi mutakhir kemajuan teknologi dan secara tidak langsung mendapatkan pelajaran akan nilai-nilai Islam di dalamnya.

Kemudian, segmenmtasi Kuntum juga tertarik pada media online, yang pada penelitian ini penulis sebut Generasi Z. Mereka adalah generasi yang hidup pada masa digital. Dalam, aktivitas hariannya hampir selalu bersinggungan dengan internet. Begitupun dalam mengakses informasi, Generasi Z lebih tertarik menggunakan internet yang lebih instan, dibanding media konvensional. Dengan begitu,

Kuntum sudah mensiasatinya dengan merambah ke media online seperti twitter, instagram dan website untuk menjangkau Generasi Z. Dengan begitu, dakwah Majalah Kuntum tetap sampai ke remaja yang lebih memilih media online dibanding media cetak. Dengan turut menyuguhkan konten-konten positif yang ada di Majalah Kuntum lewat media sosial Kuntum seperti instagram dengan akun @kuntummagazine, twitter @MajalahKuntum dan website id.majalahkuntum.com/.

### 3. Memasukkan Pesan Dakwah pada Konten Majalah Kuntum

Berdasarkan analisis penulis, pesan dakwah yang terkandung dalam konten Majalah Kuntum secara keseluruhan, tidak dapat diklasifikasikan berdasarkan materi dakwah yang penulis paparkan pada kerangka teori seperti nilai akidah, syari'ah dan akhlak. Mengingat rubrik Kuntum secara dominan mengandung konten informasi kebaikan bersifat universal, dan hanya satu rubrik saja yang secara gamblang mengandung konten dakwah Islam.

Sesuai dengan tujuan umum Majalah Kuntum, yaitu melaksanakan dakwah Islam Amar Ma'ruf lewat media tertulis dan media cetak, dan dasar keberadaan Kuntum yaitu QS Ali-Imran (3) : 110 yaitu *amar maruf nahi mungkar*. Maka, penulis mengklasifikasikan pesan dakwah yang disampaikan Majalah Kuntum dengan segala konten yang disuguhkan oleh Majalah Kuntum ialah *amar ma'ruf* yaitu bersifat untuk mengajak kepada

nilai-nilai kebaikan dan kebenaran universal dalam kehidupan sehari-hari secara konkrit, berikut perjabarannya :

#### 1) Mengajak Pembaca ke Hal Positif

Yakni dengan mengajak pembaca produktif. Mengingat Kuntum memuat rubrik-rubrik yang diperuntukkan bagi pembaca untuk berkontribusi membuat konten positif di Majalah. Tentu dengan kualifikasi di setiap rubriknya. Dengan begitu, pembaca pun berlomba-lomba untuk membuat karya yang paling baik, agar karya mereka dimuat.

Seperti pada rubrik Puisi dan Cerpen, memuat karya puisi dan cerpen. Rubrik On the Spot, memuat karya foto dengan tema yang berbeda di setiap edisinya. Rubrik Sobat Kuntum, memuat artikel pembaca membahas tentang isu. Terakhir Rubrik Idea, yakni memuat tips dan trik hal-hal seputar pelajar. Dengan kualifikasi umum menggunakan tata bahasa yang benar, tidak menyalahi hukum Islam, dan sesuai dengan bahasa.

Hal ini, mendorong pembaca untuk menyibukkan diri ke arah positif dengan mengembangkan minat dan bakatnya. Juga secara tidak langsung, dapat memicu pembaca untuk menumbuhkan rasa percaya diri, ketika menampilkan karya di Majalah Kuntum. Serta, memunculkan rasa ingin tahu akan minat dan bakat, dan menumbuhkan rasa sportif, saat karyanya tidak terpilih.

#### 2) Menambah Wawasan Pembaca

Pada Majalah Kuntum mengandung berbagai konten seperti isu yang dimuat pada Rubrik Issue. Kemudian berita, yang dimuat pada Rubrik *Special Event*, dan Sana-Sini. Konten hiburan, yang dimuat pada Rubrik Puisi, Cerpen dan Kotak-kotak Kuntum. Kemudian konten dakwah, yang dimuat pada Rubrik Mutiara Hati. Pendidikan, pada Rubrik Campus, Sekolah Kita. Terakhir konten *Feature* yakni Rubrik *Fashion*, *Unique*, Resensi, Kulineran, Jalan-jalan dan sebagainya. Beragam ranah pembahasan tersebut Majalah Kuntum paparkan untuk memenuhi khazanah keilmuan dan wawasan pembaca.

Dalam memuat tulisan disetiap rubrikpun, pengelola memiliki kualifikasi tersendiri agar aman dijadikan bahan bacaan bagi remaja. Sehingga jika diulik secara satu persatu semua konten di rubrik Majalah Kuntum semuanya bersifat informatif.

### 3) Menginspirasi Pembaca

Sesuai dengan koridor “Inspirasi Kaum Muda”. Maka Kuntum berperan dalam menghadirkan bacaan sehat yang inspiratif bagi remaja. Seperti rubrik What’s Up yang menghadirkan narasumber dari kalangan *entertainment*, guna menginspirasi pembaca dari apa yang ia geluti di dunia *entertainment*. Kemudian rubrik Tokoh, mengangkat narasumber dari kalangan dewasa yang berpengaruh dan bermanfaat bagi masyarakat disekitar. Terakhir Rubrik *Youth Profile*, menghadirkan narasumber dari kalangan pelajar yang berprestasi akademik maupun non akademik, tingkat nasional maupun internasional. Tentunya dengan

berbagai kualifikasi seperti beragama Islam, memiliki kredibilitas, tidak tersandung kontroversi dan lain sebagainya, dan tentunya mempunyai sisi yang bernilai untuk dapat diulik sehingga dapat dijadikan panutan, dan menginspirasi pembaca untuk semangat berkarya dan berprestasi.

Dengan begitu, narasumber yang dihadirkan akan berdampak untuk mengarahkan pembaca ke arah yang baik. Seperti pada Majalah Kuntum Eidisi 409 Februari 2019, di rubrik Youth Profile dengan judul “Amanda Narda Mutia, Hijabers Juara Panjat Tebing Dunia”. Menampilkan siswi kelas sepuluh SMA 2 Pucang Surabaya, yang meraih juara pertama panjat tebing dalam ajang Internasional Asian Youth Championship di China pada 1-4 November 2018 lalu. Hal ini dapat menginspirasi pelajar. Bahwa walaupun masih tingkat SMA kelas 10, bahkan seorang wanita yang berhijab sekalipun dapat berprestasi di ranah panjat tebing tingkat dunia.

#### 4) Menanamkan Nilai Islami

Kuntum sangat selektif dalam menyuguhkan konten kepada pembaca. Karena sejatinya Kuntum adalah majalah dakwah. Sehingga konsep yang dibuat berdasarkan koridor Islami. Seperti menyuguhkan konten- Islami, pada Rubrik Mutiara Hati. Dengan pembahasan disesuaikan dengan khalayak, yakni sekitar pelajar dan remaja yang berlandaskan satu ayat di dalam al-Qur'an. Serta tidak ada tema terjadwal tiap edisinya. Asalkan mengandung unsur akidah, syariah atau akhlak di dalamnya.

Seperti pada Majalah Kuntum Eidisi 408 Januari 2019 dengan judul “Suka Berbagi Sepenuh Hati” berlandaskan QS Al-Baqarah ayat 262. Mengandung nilai syari’ah yakni mengokohkan persaudaraan dengan saling berbagi. Kemudian, pada eidisi 409 Februari 2019 dengan judul “Agar Tolong-menolong Bisa Berkesinambungan” yang berlandaskan QS Al-Maidah ayat 2. Mengandung nilai syari’ah yaitu membahas hutang dalam ajaran Islam.

#### 4. Menetapkan Metode Dakwah Majalah Kuntum

Metode dakwah yang digunakan Majalah Kuntum menggunakan *dakwah bi al-Qalam* yakni melalui tulisan, pada majalah cetak. Namun, tidak hanya sebatas itu. Majalah Kuntum juga menggunakan strategi dalam penyampaian dakwahnya agar diterima dengan segmentasinya yakni kaum remaja atau pada penelitian ini penulis sebut Generasi Z.

Berdasarkan wawancara penulis dengan berbagai informan dari pengelola Majalah Kuntum, dan hasil pengamatan pada Majalah Kuntum, dapat penulis simpulkan bahwa metode penyampaian pesan dakwah Majalah Kuntum, dapat dibagi menjadi dua cara, yakni secara Implisit dan Eskplisit, yakni sebagai berikut:

##### a. Penyampaian Nilai Dakwah Secara Implisit

Implisit adalah sesuatu hal yang samar-samar, atau tersirat. Adapun yang dimaksud secara impilit di sini ialah memasukkan nilai dakwah pada konten Majalah Kuntum secara tidak langsung. Yakni disetiap rubrik dan judul rubrik tidak secara gamblang menuliskan

ajakan dakwah Islam bahkan tidak juga mencantumkan dalil al-Quran atau al-hadist, dalam penyampaian kontennya.

Seperti rubrik *Lifesyte* membahas berbagai kebaruan dari teknologi dan informasi yang mutakhir, rubrik *Recomendeed* membahas seputar buku dan film terbaru, hingga rubrik Issue membahas isu yang sedang marak dibicarakan, dan beberapa rubrik lainnya.

Secara kasat mata, bagi sebagian orang akan menilai bahwa Majalah Kuntum adalah majalah remaja seperti kebanyakan, dan bukan majalah dakwah. Mengingat yang kita pahami secara umum, bahwa majalah dakwah ialah majalah yang pada kontennya berisikan dalil al-Quran atau al-hadist dan disertai nama rubrik dan judul yang agamis dengan ajakan dakwah.

Rasyid selaku Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum (periode 2016- Januari 2019) mengatakan dakwah secara implisit yang penulis paparkan di atas ialah dakwah milenial, sebagaimana yang diungkapkannya :

Dakwah Majalah Kuntum kami kemas dengan format yang lebih terbuka, walau tidak gamblang berbicara tentang menggunakan dalil al-Quran atau al-hadist. Namun, apapun ranah pembahasan disetiap rubrik, selalu dikaitkan dengan tagline kami yaitu “Inspirasi Kaum Muda” sehingga konten-konten yang kami suguhkanpun bersifat inspiratif, positif, dan mengandung pesan moral serta tidak berbau SARA. Cara kami berdakwah ini kami menyebutnya dakwah milenial.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Umum Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum, pada 13 Februari 2019, pukul 20.15 WIB.

Jadi, bagaimanapun ragamnya rubrik di Majalah Kuntum tetap pada koridor “Inspirasi Kaum Muda” yang artinya ketika pembaca membaca Majalah Kuntum mendapatkan pelajaran, informasi dan ilmu yang bernilai positif, mendapatkan pesan moral, dan tentunya dapat menginspirasi pembacanya ke arah yang lebih baik, adalah termasuk ranah dakwah.

Hal ini, dilakukan Majalah Kuntum mengingat segmentasinya adalah remaja, yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi sehingga lebih tertarik dengan hal unik, dan hal baru. Maka, dari itu penyampaian dakwah secara implisit lebih dominan dilakukan, agar remaja melihat Majalah Kuntum sebagai majalah mengasikkan dan kekinian, bukan sebagai majalah dakwah yang berisi banyak dalil dengan pembahasan yang berat.

#### b. Penyampaian Nilai Dakwah Secara Eksplisit

Eksplisit ialah tidak samar dan membingungkan atau *to the point*. Adapun yang dimaksud secara eksplisit pada konteks penelitian ini ialah memasukkan nilai dakwah pada konten Majalah Kuntum secara tersurat atau gamblang maknanya. Yakni jika dilihat dari rubrik dan judul topiknya secara langsung menuliskan ajakan dakwah Islam dan mencantumkan dalil al-Quran atau al-hadist, dalam memperkuat penjelasan konten dakwahnya.

Yaitu pada rubrik Mutiara Hati. Satu-satunya rubrik yang secara eksplisit atau gamblang membahas nilai-nilai Islam disertai ayat al-

Quran. Sejak awal berdirinya Majalah Kuntum rubrik ini sudah ada. Sehingga Majalah Kuntum dikatakan sebagai Majalah Dakwah, salah satunya ialah karena adanya rubrik ini.

Nama rubrik inipun diganti yang sebelumnya Karimah, menjadi Mutiara Hati, supaya tidak terkesan kaku dan agar mudah diterima remaja selaku pembaca karena lebih familiar. Dari segi format tulisannya seperti risalah Jum'at, dan dengan menggunakan gaya bahasa seperti rubrik dakwah pada umumnya. Namun, yang membedakannya ialah, pembahasannya fokus pada satu ayat, mengingat tidak semua pelajar jika dipaparkan konten yang mengandung banyak dalil, akan mudah mencernanya, apalagi jika dalam pemaparannya layaknya rubrik dakwah yang menggunakan gaya bahasa yang baku.

Senada dengan hal tersebut, Rasyid berpedapat bahwa Rubrik Mutiara Hati ini penting, dalam menggenapi dakwah yang dilakukan Majalah Kuntum :

Rubrik ini sebagai pelengkap bacaan, dan sebagai siraman rohani, peredam dari segala isu yang dibahas dari berbagai rubrik sebelumnya, seperti isu *lifestyle*, *fashion* dan sebagainya. Sehingga adanya rubrik ini penting namun, tidak menjadi sentral pembahasan dalam Majalah Kuntum.<sup>16</sup>

Berdasarkan hal tersebut, bahwa Mutiara Hati itu penting adanya namun bukan sebagai sentral pembahasan Majalah Kuntum.

---

<sup>16</sup> Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum, pada 13 Februari 2019, pukul 20.15 WIB.

Terbukti dengan peletakan rubrik Mutiara Hati di halaman ke 40 dan 41 dari 44 halaman Majalah Kuntum.

#### 5. Menentukan Media Dakwah

Dalam menentukan media dakwah yang digunakan, terlebih dahulu mempertimbangkan dengan matang bahwa media yang dipilih memiliki dampak dalam memperngaruhi khalayak. Berikut beberapa pertimbangan Kuntum menentukan media yang digunakan dalam menyebarkan pesan dakwah, yaitu sebagai berikut :

##### 1. Menggunakan media cetak, yaitu majalah

Media yang digunakan Kuntum untuk menyampaikan misi dakwahnya ialah majalah cetak. Sejak tahun 1976 bertempat di Yogyakarta, awal mula Kuntum diterbitkan bentuknya sudah berbentuk majalah dengan berbagai perubahan pada masanya. Atas gagasan dari pelajar sekaligus anggota IPM yaitu Mashari Makhasi dan Adil Amrullah Sadewa. Dengan sebab, bahwa pada tahun 70-an saat itu, majalah komersil yang berkiblat lifestyle merajalela kaum pelajar. Sehingga pelajar dirasa sangat membutuhkan media yang berperan dalam menyebarkan paham positif seperti edukatif, inspiratif yang bernuansa Islami demi bacaan yang sehat bagi pelajar. Kemudian, berikut pertimbangan secara detail terkait Kuntum menggunakan majalah cetak sebagai media dakwahnya :

##### a. Menangkal majalah komersil yang jauh dari unsur Islami dengan menerbitkan Majalah Kuntum

Dalam proses dakwah yang dilakukan Kuntum sejak awal pada tahun 1976 berdiri hingga sekarang menggunakan media massa cetak yaitu majalah. Pada saat itu gagasan menerbitkan majalah untuk menangkal maraknya bahan bacaan majalah komersil yang jauh akan nilai Islam. Maka tercetuslah media majalah mengingat belum adanya bahan bacaan yang mendidik dan inspiratif dikalangan remaja, dan juga majalah merupakan tren pada saat itu.

- b. Bertahan menggunakan majalah cetak dengan terus memperbaiki kualitas fisik dan konten majalah

Tentu, setelah tren majalah, terjadi perubahan tren-tren media setelahnya. Apalagi ditengah lajunya perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini. Namun, Kuntum tetap bertahan dengan terus memperbaiki kualitas fisik dan kontennya majalahnya. Berdasarkan yang telah penulis paparkan sebelumnya pada pembahasan tren perubahan Majalah Kuntum. Terbukti, bahwa Kuntum terus mengadakan perubahan untuk menarik minat khalayak, tentu dengan disesuaikan perkembangan tren dan teknologi informasi pada zaman tersebut. Sehingga Kuntum dapat bertahan, dan dapat terus menyebarkan misi dakwahmya.

Begitu juga, dari segi konten. Kuntum terus membenahi kualitas konten. Tentu dengan koridor “Inspirasi Kaum Muda”. Dengan adanya perubahan rubrik, perubahan dalam memilih dan mengkualifikasi tema atau isu, hingga narasumber yang diangkat.

Hal ini senada dengan yang dipaparkan Hammam, selaku Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum.

“Kami terus mengadakan evaluasi tiap akhir tahun, sehingga kadang menyebabkan adanya perubahan rubrik. Namun, kami tidak mengharuskan adanya perubahan rubrik. Jika dirasa sudah tidak *releated* dengan situasi dan kondisi ke depan, maka akan kami ganti yang lebih *releated*. Begitu juga dalam, pemilihan isu. Kami, mempertimbangkan apakah isu tersebut *releated* dengan remaja, menarik dan pentingkah untuk remaja. Dalam pemilihan narasumber juga, kami selektif benar, apakah narasumber yang kami angkat layak atau tidak. Dari segi keimanan dia Islam tentu, tidak tersangkut skandal kontroversi, serta berpenampilan layaknya seorang Muslim.”<sup>17</sup>

c. Pembaca Kuntum masih membaca majalah cetak

Memasuki era digital, membuat majalah konvensional waspada. Maka, tidak sedikit majalah konvensional beralih ke majalah digital karena ingin mempertahankan pangsa pasar mereka. Namun, Kuntum masih bertahan dengan bentuk majalah konvensional, dan belum beralih ke digital. Karena kekhawatiran pengelola, bahwa Majalah Kuntum nanti dapat tersebar secara bebas dan gratis. Sehingga dinilai tidak menghargai kinerja redaksi, sesuai dengan pemaparan Rasyid:

“Sempat kami ingin beralih ke majalah digital, namun yang kami khawatirkan ada saja oknum yang dapat menyebarkan secara gratis. lebih mengapresiasi pembaca cetak. Untuk lebih aman, kami bertahan dengan cetak, dan terus mengapresiasi pembaca kami, yang mengusakan untuk membeli hingga berlangganan demi membaca majalah kami.”<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>Wawancara Hammam Izzuddin, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum, di Festival Go Food pada 16 Februari 2019, pukul 13.30 WIB.

<sup>18</sup>Wawancara Rasyid Sidiq, Pimpinan Redaksi Majalah Kuntum 2016-Januari 2019, di Kantor Majalah Kuntum, pukul 20.15. WIB.

Walaupun Kuntum masih berbentuk majalah cetak. Nyatanya, Majalah Kuntum sudah dibaca oleh lebih dari 1000.000 pelajar se-Indonesia, yang sebagian besar anggota Ikatan Pelajar Muhammadiyah seluruh SMP dan SMA Muhammadiyah di Indonesia.<sup>19</sup> Walau tidak menutup kemungkinan sampai ke sekolah negeri, hingga perguruan tinggi lewat *branding* Kuntum di media sosial.

Selain itu, Kuntum mensiasati pendistribusiannya dengan berlangganan secara kolektif, dari tingkat SMP dan SMA. Terhitung, sudah sebanyak 2.984 sekolah yang telah berlangganan selama bertahun-tahun.<sup>20</sup> Sehingga dapat dikatakan bahwa, Kuntum sejauh ini bisa bertahan walau berbagai perubahan yang terjadi. Karena telah memiliki pembaca yang telah berlangganan.

## 2. Menggunakan media online Website dan media sosial Twitter dan Instagram

Dalam menyebarkan misi dakwah pada remaja, maka menggunakan majalah saja tidak cukup. Mengingat Kuntum berdakwah menghadapi Generasi Z yang serba elektronik nan canggih. Maka, pengelola Kuntumpun merambah ranah dakwah menggunakan media online yaitu website dan media sosial yaitu twitter dan instagram. Kuntum mulai menggunakan website sejak tahun 2016, twitter sejak

---

<sup>19</sup> Rasyid Sidiq. *Menyongsong Kopdarnas Penggiat Literasi : Majalah Kuntum, 10 Tahun Menginspirasi Kaum Muda* Diakses <http://mpi.muhammadiyah.or.id/> pada Jum'at, 21 Januari 2019 pukul 14.10 WIB.

<sup>20</sup>*Ibid*

2011 dan instagram sejak tahun 2015. Kemudian, berikut pertimbangan secara detail terkait Kuntum menggunakan media online website, dan media sosial twitter dan instagram sebagai media dakwahnya :

a. Mengikuti perkembangan digital

Dewasa ini, hampir semua sendi kehidupan manusia sudah tersentuh media digital. Apalagi kaum remaja atau Generasi Z yang sejak kecil sudah akrab dengan gadget canggih. Tidak dipungkiri, walaupun Kuntum tidak beralih ke majalah digital. Namun melihat dari perubahan kebiasaan sasaran dakwah. Maka, sedikit demi sedikit Kuntum mulai merambah media dakwahnya menggunakan media online, yaitu Instagram dengan akun @kuntumagazine, website dengan alamat [id.majalahkuntum.com/](http://id.majalahkuntum.com/) dan twitter dengan akun @MajalahKuntum.



Gambar 4.14 (akun Instagram @kuntummagazine)



Gambar 4. 15 (Akun Twitter @MajalahKuntum)

b. Menangkal arus digital dengan menyajikan bacaan yang positif

Kini, beragam informasi dapat didapati dengan mudah lewat internet, khususnya media online. Berbagai isu politik, hiburan hingga agama dibahas di sana. Namun, kredibilitasnya dipertanyakan. Akibat, dari banyaknya informasi yang masuk dengan mudah tersebut, sehingga informasi-informasi yang diterimapun banyak yang mengandung *hoax*, *fake news*, unsur propokatif, menyinggung SARA, serta pronografi yang mudah saja ditemui dan diakses oleh siapapun, termasuk remaja.

Dengan permasalahan di atas, Kuntum sebagai media dakwah merasa perlu melebarkan media dakwah yang digunakan dalam menangkal arus informasi tersebut. Dengan mengunggah konten-konten positif yang bersifat inspiratif, informatif dan Islami.



Gambar 4.16 (Konten Majalah Kuntum di Instagram)

Konten yang dimuat di Instagram, sudah terbilang massif, diantara media online Kuntum lainnya. Karena, setiap hari ada unggahan dari berbagai pembahasan menarik, mulai dari berisi informasi kesehatan, rekomendasi buku dan film, *quotes* dari tokoh inspiratif, berita, fakta unik, tips, dan teka-teki. Walaupun konten yang diunggah diambil dari Majalah Kuntum edisi lama. Namun, diinovasikan lagi sesuai dengan karakteristik instagram. Mengingat, Kuntum belum membuat konten khusus untuk media online.



Gambar 4.17 (Konten Majalah Kuntum di Twitter)

Sedangkan di twitter, keaktifan akunnya berbanding terbalik dengan Instagram, yakni tidak aktif. Bahkan, dari segi kontennya merupakan konten instagram yang di bagikan ke twitter. Untuk saat ini redaksi fokus kepada instagram yang lebih digandrungi remaja.

Kemudian, website berisi konten artikel yang juga dimuat di Majalah Kuntum pada edisi lama. Serta memuat berita yang ditulis oleh kontributor atau website yang bekerjasama dengan Majalah Kuntum.

#### c. Meluaskan jangkauan khalayak Kuntum

Segmentasi utama Kuntum adalah pelajar SMP dan SMA, dan remaja secara umum. Tentu dengan media cetak yang digunakan Kuntum didapati hambatan dalam pendistribusian yang terbatas jarak, ditambah menghabiskan waktu dan biaya. Sehingga menyebabkan pembaca Kuntum terbatas jarak.

Lewat media online, Instagram, twitter ataupun website. Kuntum dapat menjangkau khalayak lebih mudah, bahkan sasaran khalayak lebih banyak dari pembaca majalah. Sehingga, memudahkan serta mengefesiensikan Kuntum dalam menyebarkan konten-konten positif pada khalayak. Walaupun konten yang dimuat, tidak sekomplit majalah.



Gambar 4.18 & 4.19 (Promosi Majalah Kuntum di akun Media Online Kuntum)

Disamping itu, dengan jangkauan khalayak yang luas. Serta mengingat, yang mengikuti Kuntum di media online adalah tidak semuanya adalah pembaca Majalah Kuntum cetak. Sehingga, media online dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan dan *membranding* Majalah Kuntum kepada khalayak luas.

#### **D. Strategi Majalah Kuntum Dalam Mencapai Tujuan Khusus**

Dalam pembahasan ini, penulis lebih menjelaskan ke strategi yang dilakukan Majalah Kuntum dalam mencapai tujuan khusus, baik tujuan jangka panjang dan jangka pendek Majalah Kuntum. Mengingat strategi yang dilakukan Kuntum dalam mencapai tujuan umum sudah dibahas dalam pembahasan sebelumnya yang menjadi pokok pembahasan. Namun, dalam pembahasan ini, penulis tidak menjelaskan secara detail, mengingat bukan pembahasan sentral pada skripsi ini.

##### **1. Tujuan Khusus Jangka Panjang**

###### **a. Merambah ke media digital**

Merambah ke ranah media digital sudah mulai dirintis oleh pengelola Majalah Kuntum, sejak tahun 2015 Kuntum sudah membuat akun instagram @kuntummagazine, tahun 2011 dengan akun twitter @MajalahKuntum dan sejak tahun 2016 dengan alamat website [id.majalahkuntum.com/](http://id.majalahkuntum.com/).

Kuntum memilih sosial media instagram dan twitter karena dewasa ini kedua sosila media tersebut banyak digandrungi remaja, yang sesuai dengan segmentasi Kuntum. Sedangkan website, dipilih karena lebih leluasa menampilkan informasi-informasi yang lebih panjang dan lebih banyak dibanding media sosial.

Hal ini dilakukan Kuntum untuk mengikuti perkembangan zaman apalagi segmentasi Kuntum adalah Generasi Z. Kemudian, untuk menangkal arus digital dengan menyajikan bacaan positif pada akun

media sosial Majalah Kuntum. Terakhir untuk meluaskan jangkauan khalayak Kuntum di ranah dunia maya.

b. Mempunyai *workspace* jaringan media Muhammadiyah

Hal ini belum terlaksana, mengingat akun website yang menjadi tempat *workspace* dengan media Muhammadiyah tidak aktif, setelah beberapa bulan terakhir sejak Januari 2019. Laman website tidak bisa diakses karena beberapa kendala dan sejauh ini belum ada perbaikan. Sehingga yang biasanya website memuat berita Muhammadiyah dengan bekerjasama dengan berbagai laman otonom Muhammadiyah tidak bisa melaksanakan fungsinya.

Dengan hal ini, Kuntum terlihat memang belum siap sepenuhnya beralih ke ranah digital, dan masih terfokus pada keredaksian majalah cetak saja. Padahal, Kuntum menjadikan hal ini sebagai tujuan khusus jangka panjang mengingat sebagai persiapan Kuntum menghadapi perubahan zaman.

c. Pusat *merchandise* pelajar Muhammadiyah

Merchandise yang dimaksud seperti baju kaos, batik pelajar Muhammadiyah dan lain sebagainya. Hal ini dijadikan tujuan jangka panjang, agar kedepannya Kuntum menjadi pusat dari segala kebutuhan pelajar, khususnya pelajar muhammadiyah mulai dari bahan bacaan hingga atribut pelajar.

Hal ini, sudah dimulai oleh pengelola dengan cara memasang iklan pada halaman di Majalah Kuntum, yang ditujukan kepada pembaca Majalah Kuntum yang mayoritas pelajar Muhammadiyah.

## 2. Tujuan Khusus Jangka pendek

### a. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada

Dalam pelaksanaan mempertahankan pelanggan Kuntum, sudah terlaksana. Dengan cara, didukung penuh oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah dengan adanya mandat untuk berlangganan Majalah Kuntum di sekolah Muhammadiyah, kemudian mengajukan tebusan mandat lewat Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah dan roadshow ke sekolah Muhammadiyah yang sudah berlangganan maupun yang belum berlangganan. Mengingat Majalah Kuntum merupakan AUM (Amal Usaha Muhammadiyah) juga, maka Muhammadiyah perlu membantu keberlangsungan AUM. Dengan membeli Kuntum dan memberikan mandat ke sekolah untuk berlangganan Kuntum. Kemudian, dengan melakukan roadshow secara langsung ke sekolah Muhammadiyah, dengan memberikan ilmu jurnalistik dan sekaligus memberikan promosi untuk berlangganan Majalah Kuntum.

### b. Menambah pelanggan di luar pulau

Dilihat dari geografi, segmetasi khalayak Kuntum itu 70% berada di DIY, dan 30% berada di luar pulau jawa. Maka, dalam menambah pelanggan di luar pulau, cara yang dilakukan Kuntum ialah dengan

lewat tebusan juga ke Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah di luar pulau, juga dengan memassifkan media sosial yang Kuntum miliki.

Sejauh ini hanya instagram yang sudah massif mengunggah konten-konten positif. Walau twitter dan website tidak aktif, setidaknya lewat instagram Kuntum terus melakukan promosi atas majalah keluaran edisi terbaru dan *memposting* konten-konten lama Kuntum yang sudah di ramu ala instagram, untuk menarik perhatian khalayak.

c. Regenerasi *crew*

Mengingat Sumber Daya Manusia Kuntum masih kurang, maka Kuntum mensiasatinya dengan melakukan regenerasi crew. Yaitu dengan melakukan pengkaderan lewat Sobat Kuntum. Yaitu, pelajar yang tergabung dalam komunitas pembaca Kuntum, yang juga turut berkontribusi dalam menulis artikel di rubrik Sobat Kuntum, dengan difasilitasi kelas jurnalistik. Melalui kegiatan ini, kekurangan SDM di Kuntum teratasi dengan adanya Sobat Kuntum sebagai persiapan pergantian crew Kuntum.

## **E. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Strategi Dakwah Majalah Kuntum**

Dalam setiap proses mencapai tujuan pasti ada faktor penghambat maupun pendukung yang membersamai poses tersebut. Termasuk dalam proses strategi dakwah Majalah Kuntum, berikut faktor penghambat dan faktor pendukung yang penulis temui saat dilapangan :

### **1. Faktor Penghambat**

#### **a. Masuknya Era Digital sedangkan Kuntum Masih Berbetuk Majalah Cetak**

Dalam perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, dan dilihat dari kebutuhan masyarakat informasi yang semakin beragam. Maka, terjadilah perubahan kebiasaan masyarakat, yang dulunya serba konvensional telah beralih ke digital.

Sehingga, demi mempertahankan pangsa pasar dan agar dapat bertahan. Maka, media konvensional merambah, bahkan beralih ke media digital secara massal. Ini merupakan, tantangan sendiri baik media konvensional seperti Kuntum. Disamping itu, dengan mudahnya dalam mengakses informasi maka, sudah tidak dapat terbendung lagi informasi positif maupun negatif yang mudah sekali terpapar remaja.

Ditambah Kuntum, masih bertahan dengan bentuk konvensional yakni belum beralih ke bentuk digital. Sehingga, masyarakat informasi tidak dapat membaca Kuntum dalam bentuk majalah digital. Maka, porsi Kuntum untuk dapat mengulang kesuksesan dalam menangkai

media komersil nan vulgar seperti yang dilakukan Kuntum puluhan tahun lalu, peluangnya sedikit sekali.

b. Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sedikitnya SDM tersedia sedangkan, banyak yang mesti dikerjakan. Hal ini disebabkan karena beberapa yang masuk Kuntum beorientasi kepada uang, sedang apa yang dikerjakan tidak sepadan dengan upah yang diterima. Kemudian, tidak samanya visi misi. Juga, tidak sesuai dengan *cultur* yang ada di Kuntum.

Akibat kurangnya SDM, dalam menggarap media online, pengelola harus merangkap jabatan. Sehingga menyebabkan ketidakefisienan dalam pola kerja, dan berdampak pada media online yang tidak semuanya dapat aktif secara masif.

c. Mahalnya Tarif Distribusi ke Luar Pulau

Majalah Kuntum dapat didistribusikan keluar jawa adalah pencapaian yang besar bagi pengelola. Yakni tersampainya dakwah yang hingga ke berbagai daerah di Indonesia. Namun, dari segi biaya pengiriman tersebut lumayan mahal. Bahkan antara ongkos kirim dengan harga majalah, lebih mahal di ongkos kirim.

Walau majalah digratiskan dan yang dibayar ialah harga ongkos kirim, tidak menghambat proses dakwah Majalah Kuntum. Bahkan berdampak baik, dengan tersampainya pesan dakwah hingga ke berbagai daerah di luar jawa.

## 2. Faktor Pendukung

- a. Didukung penuh oleh Ikatan Pelajar Muhammadiyah dan Muhammadiyah

Dari awal tercetusnya Kuntum, IPM menyambut hangat gagasan tersebut hingga mendukung pertanggung jawaban hingga penerbitannya. Dengan dibawahi oleh Pimpinan Daerah Ikatan Remaja Muhammadiyah yang kemudian beralih ke Pimpinan Pusat Remaja Muhammadiyah hingga sekarang (kini Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah) merupakan pendukung terkuat adanya Kuntum hingga kini.

Dalam menjabat sebagai pengelola strategis Majalah Kuntumpun, sampai sekarang masih dipegang oleh IPM. Mengingat Kuntum adalah buah pikir pelajar yang tergabung dalam IPM dulunya, maka dalam menjaga ideologi tersebut IPM tetap menjaga Kuntum hingga kini.

Disamping itu, mengingat IPM adalah salah satu Otonom Muhammadiyah. Maka, Muhammadiyah sangat mengapresiasi adanya media pelajar muslim yang dibuat oleh orang-orang yang berkecimpung di ideologi yang sama. Maka, Pimpinan Pusat Muhammadiyah mendukung secara penuh dalam menjaga Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) tersebut dapat berkembang dan bertahan. Senada dengan apa yang disampaikan Bapak Andrian, selaku Pimpinan Umum Majalah Kuntum :

Kami dapat bertahan berkat dukungan dari Pimpinan Muhammadiyah yang mendukung kegiatan kami secara penuh, dengan memberikan instruksi kepada sekolah-sekolah untuk berlangganan Kuntum. Sehingga, di era digital ini, kami dapat tertolong dan bertahan hingga selama ini.<sup>21</sup>

Ini merupakan pangsa pasar Majalah Kuntum, secara khusus SMP- SMA pelajar Muhammadiyah di Yogyakarta maupun di luar, pelajar yang tergabung dalam IPM Yogyakarta hingga di luar, dan secara umum pelajar dan remaja Islam di sekolah, bahkan tergabung dalam organisasi manapun diseluruh Indonesia.

b. Sumber Daya Manusia yang Loyal

Kuntum memiliki Sumber Daya Manusia yang loyal, mau berjuang menyebarkan pesan dakwah, walaupun, dari segi upah tidak seberapa dibanding majalah komersil. Pola kerja *part time* atau paruh waktu yang digunakan Kuntum, juga menguntungkan mahasiswa yang tergabung dalam Kuntum. Kemudian, dari perekrutan tidak terlalu ketat bahkan bersifat terbuka, seperti menampung mahasiswa dari berbagai latar belakang jurusan, tentu dengan keinginan kuat mempelajari jurnalistik. Sehingga, berdampak pada tulisan yang dihasilkan dengan jiwa muda tersebut, maka selaras dengan segmentasi Majalah Kuntum, yakni remaja.

c. Dimudahkan dengan adanya Era Digital

Era digital salah satu faktor penghambat Kuntum, namun, juga sekaligus menjadi faktor pendukung Kuntum. Media sosial digunakan

---

<sup>21</sup> Wawancara Bapak Andrian Sidiq Nugroho, Pimpinan Umum Majalah Kuntum, di Rumah pribadi Bapak Andrian pada 16 Sabtu 2019 pukul 19.20 WIB.

Kuntum untuk menyebarkan konten edukatif, dan inspiratif untuk turut menangkal arus informasi yang bebas. Juga dapat dikonsumsi lebih luas kepada yang belum berlangganan atau belum membaca, sekaligus *branding* yang dilakukan Kuntum untuk menunjukkan eksistensinya di era digital seperti sekarang ini.

d. Antusiasme Pembaca

Selama hampir berpuluh tahun Kuntum tumbuh bersama-sama pelajar Indonesia. Tentu banyak kesan, bahkan kritik pembaca terhadap Kuntum. Tidak luput pula antusiasme pembaca, yang menjadi dorongan Kuntum tetap ada. Seperti Kuntum dapat menginspirasi terbentuknya majalah sekolah, kemudian menginspirasi ekstrakurikuler jurnalistik di sekolah hingga mengikuti berbagai kompetisi, bahkan isu yang Kuntum angkat menginspirasi dalam pembuatan naskah teater yang akhirnya dipentaskan.

Majalah Kuntum juga sudah di baca oleh lebih dari 1000.000 pelajar di seluruh Indonesia lewat 2.984 pelannganggya secara kolektif. Dengan antusiasme pembaca seperti itu tentu menjadi energi positif bagi pengelola untuk terus meningkatkan kualitas Majalah Kuntum.

Setelah penulis melakukan penelitian tentang strategi dakwah Majalah Kuntum ini yang paling dominan adalah dari cara penyampaian pesan dakwah atau metode dakwah yang digunakan. Hal ini sangat berpengaruh dalam strategi dakwah Majalah Kuntum. Mengingat remaja, memiliki ketertarikan sendiri akan informasi unik, dan hits. Maka, dengan

cara pengemasan konten dakwah secara implisit dan eksplisit. Secara tidak langsung membuat remaja tertarik membaca, karena dakwah Kuntum tidak terlalu kaku, dengan bahasan ayat yang terlalu banyak. Sebaliknya, banyak menyuguhkan rubrik yang memiliki informasi unik, hiburan, dengan pembahasan edukatif serta inspiratif, yang berdasarkan ketertarikan remaja.