

ABSTRAK

Najwa Halisa Farahshuhha; Agenda Media Dakwah Kementerian Agama Kota Bandung (Studi Deskriptif pada *Website bandungkota.kemenag.go.id*).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital dalam ranah keagamaan, di mana internet kini menjadi platform strategis untuk menyebarkan nilai-nilai dakwah yang kredibel dan edukatif. Di Indonesia, tingginya penetrasi internet yang mencapai 81,72% atau lebih dari 235 juta pengguna pada tahun 2026 mempertegas urgensi pemanfaatan media digital oleh instansi resmi. Sebagai lembaga pemerintah yang adaptif, Kementerian Agama Kota Bandung memanfaatkan website resminya (*bandungkota.kemenag.go.id*) sebagai pusat informasi terintegrasi sekaligus media dakwah yang sistematis dan kredibel untuk mengimbangi narasi keagamaan informal di ruang digital. Namun, efektivitas dakwah digital tersebut sangat bergantung pada pengemasan pesan, sehingga pengelolaan agenda media pada platform ini menjadi sangat krusial untuk diteliti menggunakan teori Agenda Setting.

Penelitian ini berfokus untuk: (1) Mendeskripsikan penetapan agenda media pada *website bandungkota.kemenag.go.id* dalam menentukan topik atau isu yang menjadi fokus perhatian publik; (2) Mendeskripsikan atribut agenda yang disajikan pada *website bandungkota.kemenag.go.id*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam pengelolaan agenda media pada situs resmi instansi. Teori Agenda Setting dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw diterapkan sebagai kerangka analisis untuk menelaah bagaimana pengelola website menentukan prioritas isu, memproduksi konten dakwah, dan menyebarkannya di ranah digital. Fokus analisis meliputi persepsi publik terhadap topik yang disajikan serta atribut agenda atau elemen framing yang diterapkan dalam konten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan agenda media pada website *bandungkota.kemenag.go.id* dilakukan melalui penempatan informasi pada halaman utama, penggunaan headline, serta frekuensi unggahan pada berita. Sementara itu, atribut agenda media tercermin melalui karakteristik website sebagai media informasi resmi, penggunaan sudut pandang kelembagaan dalam pemberitaan, serta arah pembahasan isu yang cenderung informatif, edukatif, dan konstruktif. Temuan ini menunjukkan bahwa website tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media dakwah yang membangun persepsi masyarakat terhadap peran dan fungsi Kementerian Agama Kota Bandung.

Kata Kunci: Agenda Media, Media Dakwah, Dakwah, Website.

ABSTRACT

Najwa Halisa Farahshuhha; Da'wah Media Agenda of the Ministry of Religious Affairs of Bandung City (A Descriptive Study on the website bandungkota.kemenag.go.id).

The rapid development of information technology has driven digital transformation within the religious sphere, where the internet has now become a strategic platform for disseminating credible and educational da'wah (Islamic propagation) values. In Indonesia, the high internet penetration rate—reaching 81.72% or more than 235 million users in 2026—underscores the urgency for official institutions to utilize digital media. As an adaptive government agency, the Ministry of Religious Affairs of Bandung City utilizes its official website (bandungkota.kemenag.go.id) as an integrated information center as well as a systematic and credible da'wah medium to counterbalance informal religious narratives in the digital space. However, the effectiveness of this digital da'wah heavily relies on message packaging, making the management of the media agenda on this platform highly crucial to study using the Agenda-Setting theory.

This study focuses on: (1) Describing the media agenda setting on the bandungkota.kemenag.go.id website in determining topics or issues that become the focus of public attention; (2) Describing the agenda attributes presented on the bandungkota.kemenag.go.id website.

This study employs a qualitative method with a descriptive approach to provide an in-depth depiction of the media agenda management on the institution's official website. The Agenda-Setting theory by Maxwell McCombs and Donald Shaw is applied as the analytical framework to examine how website administrators prioritize issues, produce da'wah content, and disseminate it in the digital realm. The focus of the analysis includes public perception of the presented topics as well as the agenda attributes or framing elements applied within the content.

The results of the study show that the media agenda setting on the bandungkota.kemenag.go.id website is carried out through the placement of information on the homepage, the use of headlines, and the frequency of news uploads. Meanwhile, the media agenda attributes are reflected through the website's characteristics as an official information medium, the use of an institutional viewpoint in reporting, and the direction of issue discussions which tend to be informative, educational, and constructive. These findings demonstrate that the website functions not only as a means of information dissemination, but also as a da'wah medium that shapes public perception regarding the role and function of the Ministry of Religious Affairs of Bandung City.

Keywords: Media Agenda, Da'wah Media, Da'wah, Website.