

[Iklan Haji di Majalah Swara Nahdlatoel Oelama](#)

Ditulis oleh Ayung Notonegoro pada Minggu, 29 Juli 2018



کافل حج کوعسی تیکا

کافل اقی نیدرلند (دانداس)

کوعسی کافل اقی روتردام سلوید (سیرموند)

کوعسی کافل اقی اوسیان (سفر و بلاو)

فرکی کمکه

سکین قوم مسلمین دسلوروه تانه هندیا مقتهوی بهوا کوعسی تیکا سوده بیراف قوله
کافل ۲ کجده ممباوا اوراغ مسلمین بغ اکن مپمفیکن رکن اسلام بغ کلیما.
سیاف ۲ فدا وقتو فرکیپ کجده بنومثغ د کافل ساله ساتو داری تیکا ماسکفی بغ
سرت داس مکا وقتو کومبالیپ تیکیت ماسکفی ایتو بولیه جوکا دفکی اوتوق برلاپر
کفویانن ساله ساتو داری دوا ماسکفی بغ لائن ایتو.

کران ایتو باراغ سیاف نیه زیاراه کمکه باپکا مضمومثغ دغن کافل ۲ کوعسی تیکا بغ
کافل ۲ کجده ممباوا اوراغ مسلمین بغ اکن مپمفیکن رکن اسلام بغ کلیما.
سیاف ۲ فدا وقتو فرکیپ کجده بنومثغ د کافل ساله ساتو داری تیکا ماسکفی بغ
سرت داس مکا وقتو کومبالیپ تیکیت ماسکفی ایتو بولیه جوکا دفکی اوتوق برلاپر
کفویانن ساله ساتو داری دوا ماسکفی بغ لائن ایتو.

Nahdlatul Ulama memiliki sebuah terbitan berupa majalah dengan nama *Swara Nahdlatol Oelama* (SNO). Majalah ini merupakan cikal bakal dunia pers di NU. Dimulai sejak 1926 dan berakhir pada dekade 30-an. Tak ada catatan jelas edisi terakhirnya.

Dari majalah yang menggunakan bahasa Jawa dan aksara Arab Pegon itu, juga menerima iklan. Ada cukup banyak iklan yang dimuat. Mulai dari hotel, toko kitab, obat, tukang jahit dan lain sebagainya. Dalam tulisan ini, saya ingin mengupas tentang iklan di SNO yang berkaitan dengan haji.

Salah satu iklan tentang haji yang cukup rutin muncul di SNO berasal dari Nederlandsche Handel Maatschappij (NHM). Yaitu sebuah badan usaha yang dimiliki oleh Belanda dan bergerak dalam berbagai lini bisnis, termasuk perbankan. Bank yang dikembangkan oleh NHM itu, dikenal dengan nama Bank Factorij. Bank ini berdiri sejak 1824.

????????????????? ???????? ?????????? ??? ????? ??? ????? ???????!

Demikian pembuka iklan tersebut menggunakan bahasa Arab. Penggalan kalimat di atas ditujukan kepada orang-orang yang hendak pergi ke dua kota suci nan mulia, Makkah dan Madinah. Tentunya orang yang hendak menunaikan haji di Baitullah.

Dari kalimat pembuka di atas, dilanjutkan tentang uraian maksud iklan. Masih menggunakan bahasa Arab. Lalu disusul dengan penjelasan yang lebih rinci menggunakan aksara Latin dan berbahasa Indonesia.

“Disitoe diberi kesempatan kepada sekalian orang-orang Boemipoetra jang hendak berziarah ka Tanah-Soetji (Mekkah san Medinah) boewat beli wissel-wissel, jang boleh di terima koembali oewang harganja di kantoor kita sendiri “FACTORIJ” di Djeddah. Djoega kita ada djoewal dan beli wissel-wissel jang boleh ditoekarkan di lain-lain negeri.”

Iklan dari Bank Factorij cabang Surabaya – beralamat di Pecinan Kulon – itu, menawarkan penjualan wesel. Dengan wesel tersebut, berguna untuk membawa uang selama perjalanan yang sangat jauh dan menelan waktu cukup lama.

“Maka inilah djalan penjinpanan dan pembawaan oewang jang terlebih aman dan sentausa bagi Moesafirin,” klaim iklan tersebut.



Tawaran dari Bank Factorij ini memang cukup masif seiring dengan perkembangannya. Banyak cabang yang didirikan di berbagai belahan dunia. Terutama yang kerap disinggahi oleh kapal-kapal Belanda, terutama di Nusantara. Di Arab sendiri, Bank Factorij membuka cabang pada 1926 di Jeddah.

Sejak dibukanya cabang di ibu kota Arab Saudi modern inilah, mungkin menjadi awal kenapa ia begitu gencar beriklan. Setiap edisi ia promosi di SNO.

Di Nusantara sendiri, Bank Factorij yang kelak dinaturalisasi sampai kini berkembang jadi Bank Mandiri itu, memiliki cabang yang tersebar di seantero negeri. Banjarmasin, Bandung, Batavia, Banyuwangi, Denpasar, Makasar, Medan, Palembang, Pasuruan, Malaka dan lain sebagainya adalah sederet kota yang terdapat cabang bank tersebut.

Untuk menarik simpati para nasabah, diiklan tersebut juga disertai layanan tambahan seputar informasi haji oleh pihak bank. “Sekalian kantoor2 FACTORIJ sanggoep memberi keterangan dengan senang hati dan terang tentang hal ini kepada sekalian orang2 jang hendak pergi hadji,” tawarnya.

Di SNO, tidak hanya terdapat iklan dari Bank Factorij yang berkaitan dengan haji. Namun juga ada satu promo lain yang berkaitan dengan transportasi haji. Iklan tersebut dimuat pada SNO Nomor 7 Syaban 1347 H Tahun Kedua. Menggunakan bahasa Melayu dengan aksara Pegon.

Iklan yang terdiri satu halaman penuh itu datang dari Kapal Haji Kongsi Tiga. Sebuah perusahaan pelayaran bentukan Pemerintah Kolonial Belanda yang terdiri dari tiga unit perkapalan. Kongsi kapal api Netherland (Dandles), kongsi kapal api Rotterdamsche Lloyd (Siermond) dan kongsi kapal api Oceaan (Semprong Belu).

Kongsi Tiga sebagai perusahaan yang telah beroperasi sejak 1873. Sehingga tidak heran

dalam iklan yang rilis pada 1929 itu, ia begitu membanggakan reputasi dan pengalamannya dalam perjalanan haji.

“Kongsi Tiga sudah beberapa puluh tahun berlayarkan kapal-kapalnya ke Jeddah membawa orang muslimin yang akan menyampaikan rukun Islam yang kelima,” bangganya.

Kongsi Tiga menawarkan kemudahan dalam pelayaran. Setiap jamaah bisa berangkat dengan kapal manapun dan pulang dengan kapal lain dari tiga kapal yang tergabung dalam perusahaan tersebut.

Lebih dari itu, perusahaan yang memonopoli pelayaran di Nusantara itu, juga membanggakan dirinya. Ia mengklaim sebagai kapal yang telah masyhur dengan lajunya yang baik, besar, bersih, serta rutin dalam pelayarannya. “Memuaskan dan menyenangkan,” tegasnya.

Tak setiap edisi SNO muncul iklan dari Kapal Haji Kongsi Tiga. Ada banyak spekulasi yang bisa diajukan. Yang pasti, meski perusahaan tersebut memonopoli pelayaran haji di Nusantara – tentu dengan penetrasi pemerintah kolonial – namun tak banyak peminatnya. Para jamaah haji dari Nusantara lebih senang menggunakan kapal perusahaan Inggris dan Singapura. Dua perusahaan terakhir itu, dikenal lebih murah dibanding Kongsi Tiga.

Berkaitan dengan haji, di SNO juga pernah memuat informasi penting seputar hal itu. Seperti halnya di SNO edisi Nomor 9 Bulan Ramadan 1347 Tahun Kedua. Di sana dimuat daftar pembayaran yang harus dipenuhi oleh jamaah haji semenjak mendarat di Jeddah hingga selesai menuntaskan semua rangkaian ibadah tersebut.

Rilis tersebut berdasarkan surat balasan dari Konsul Hindia Belanda di Mekkah. Di dalamnya dimuat lampiran rinci pembayaran tersebut. Rilis itu sendiri dikeluarkan atas permintaan Nahdlatul Ulama melalui Komite Penolong yang didirikan orang-orang Nusantara di Mekkah. Sebuah komite yang didirikan untuk membantu orang-orang Nusantara yang mengalami kesulitan di Arab. Termasuk untuk mengurangi kasus penipuan jamaah haji yang disebabkan penipuan para syekh haji.

Dari iklan tersebut, ada satu pertanyaan penting yang patut didiskusikan. Yakni, bagaimana kebijakan SNO dalam menerima iklan? Sebagai sebuah terbitan resmi dari NU, apakah SNO menerapkan aturan tertentu? Misalnya, ketika pihak yang beriklan tak sesuai dengan garis kebijakan NU dan seterusnya. Patut diteliti lebih lanjut sebagai acuan dalam pengembangan media NU dewasa ini.

Baca juga: [Nasihat Politik Kiai Wahab di Zaman Jepang](#)