



Mutmainah<sup>1</sup>

## MEMANFAATKAN “PODCAST” SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DISRUPSI : ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN

### Abstrak

Podcast menjadi salah satu strategi atau media dakwah yang efektif di era digital. Para dai dapat memilih berbagai jenis podcast dan platform untuk memperluas jangkauan khalayak dakwah. Podcast adalah salah satu platform media yang meledak atau mendapatkan popularitas di konten digital yang terus berkembang. Penggunaannya yang mudah membuat para dai dapat dengan mudah membuat dan menyebarkan konten dakwahnya dan mad'u dapat memilih berbagai konten dakwah sesuai kebutuhannya serta dapat mengatur sendiri jadwal mendengarkannya. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi Islam dan dakwah Islam. Bahkan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para dakwah atau pesantren untuk menerapkan konsep podcasting sebagai strategi atau media dalam kegiatan dakwah digital.

**Kata Kunci:** Media Baru, Dakwah Digital, Podcast, Konten Dakwah, Strategi Dakwah

### Abstract :

Digital da'wah is a new demand and trend currently, because the public, especially the younger generation, searches for religious knowledge through new media. Podcasts are one of the most popular new media because they are flexible and can be accessed on various platforms. This study aims to analyze the opportunities and challenges, and Podcast strategy model as an effective digital da'wah media. The research method is library research to analyze various literature with in-depth analysis to answer the research problems. The results showed that Podcast is an effective digital da'wah media because it can transform religious knowledge to the public; can be collaborated with other media; alternative media to disseminate audio content individually or institutionally; can be accessed safely and comfortably. The strategies to manage digital da'wah through Podcasts are identify characteristics of the da'wah object, create an interesting message of preaching, use the appropriate da'wah methods, and use the media according to the target.

**Keywords:** New Media, Digital Da'wah, Podcast, Da'wah Content, Da'wah Strategie

### PENDAHULUAN

Seiring dengan lajunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru dalam berdakwah. Para dai (subjek dakwah) dapat menggunakan berbagai cara baru dan modern untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan agar dapat didengar oleh masyarakat atau mad'u (subyek dakwah) diterima secara luas. Menghadapi kondisi seperti itu, para dakwah harus menunjukkan literasi dan kreativitas digital untuk menemukan formula dakwah gaya baru yang sesuai dengan realitas perkembangan teknologi yang dibawa oleh generasi baru.

Dakwah melalui teknologi digital sangat penting untuk dikuasai oleh para dai di era digital (Riza, 2021; Wibowo, 2019). Era digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengirimkan dan menyebarkan segala informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Helwig et al., n.d.; Turnip & Siahaan, 2021; Wismanto, Agus Salim, Afdal, Deprizon, n.d.). kelebihan yang hebat pada dunia teknologi ini juga tidak terlepas dari pada siapa pengguna dan penyedia layanannya, jika berada di tangan orang yang buruk akhlaknya, maka kontennya juga akan yang buruk-buruk pula yang di tampilkan, (Syahputra et al., 2023) begitu juga sebaliknya, maka

---

Prodi Manajemen Dakwah, Sekolah Tinggi Agama Islam Ar Ridho Bagansiapiapi  
 email: mutmainnahaswad7@gmail.com

diperlukan pola komunikasi yang baik dalam dakwah terutama ketika menyampaikan pesan-pesan kerohanian (Junaidi, Andisyah Putra, Asmarika, Wismanto, n.d.). Para dai dapat memilih berbagai platform media sosial yang banyak digunakan masyarakat untuk berdakwah, antara lain YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, dan yang sedang tren saat ini, podcast.

Meningkatnya penggunaan platform media baru harus beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat banyak. Salah satu hal yang sedang berkembang saat ini adalah podcast. Banyak platform podcast yang memberikan kemudahan bagi audiens untuk menemukan konten podcast (Zellatifanny, 2020) yang sesuai dengan kebutuhannya. Keberadaan podcast bisa penuh warna dengan berbagai jenis konten dan konsep audio. Podcast berfungsi sebagai sarana untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang diperlukan kepada pendengarnya, termasuk ilmu agama (Chandra & Azka, 2022; Erhamwilda et al., 2021; Martha kusuma et al., 2020). Bahkan Podcast bisa dikolaborasikan dengan media yang lain, seperti Youtube untuk menguatkan sisi visualnya. Kolaborasi ini dapat lebih dinikmati oleh khlayak dari sisi audio dan visualnya (Muslem, 2021; Pesan et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berorientasi pada pencarian peluang dan tantangan dakwah digital melalui platform Podcast yang strategi. Yakni berupa podcast dakwah digital dalam menyebarkan konten atau pesan dakwahnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali peluang dan tantangan serta model strategi dakwah podcast digital. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam mengembangkan kajian ilmu dakwah serta ilmu komunikasi dan penyiaran Islam. Selain itu juga dapat memberikan solusi bagi para dakwah untuk mengembangkan media dakwah sesuai dengan laju perkembangan teknologi dan informasi serta kebutuhan masyarakat digital saat ini. Lebih jauh lagi, dapat memberikan ide bagi lembaga pesantren untuk lebih terbuka dalam menyikapi peluang dan tantangan era digital sebagai sarana dakwah dan mungkin dapat mengubah mentalitas masyarakat dimana santri dan warga pesantren juga paham digital (Syukri, Abdul Rouf, Wismanto, 2023).

Penelitian mengenai podcast telah dilakukan di luar negeri lebih dari sepuluh tahun yang lalu (Karunianingsih, 2021; Widiawati et al., 2022). Berbagai penelitian mengkaji podcast mulai dari aspek format, jurnalisme, hingga media pembelajaran. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hayley Birch dan Emma Weitkamp dalam (MPOC et al., 2020) menyimpulkan bahwa podcasting merupakan media pembelajaran yang inovatif terutama untuk mengembangkan komunikasi dan transfer pengetahuan, karena dapat merangsang berpikir kritis melalui diskusi online. Kedua, penelitian Kris M. Markman (2012) mengamati demografi podcaster dan mengkaji motivasi mereka dalam podcasting.

Sedangkan di Indonesia, penelitian terkait podcast baru dilakukan beberapa tahun terakhir dan masih sangat sedikit penelitian yang dilakukan khususnya mengenai efektivitas dakwah melalui podcast. Beberapa penelitian telah dilakukan, antara lain: Studi pertama Cut Medika Zellatifanny (2020), melihat peluang dan tantangan penyampaian konten audio on-demand melalui podcast yang dapat digunakan pengguna di Indonesia (Zellatifanny, 2020). Kedua, Mochammad Irfan Radika dan Sri Dewi Setiawati (2020) yang meneliti strategi komunikasi podcast untuk mempertahankan pendengar, antara lain konten berkualitas, enak didengar, dan diperbarui secara berkala .

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mempelajari podcast. Pada saat yang sama, metode, objek penelitian, teori dan perspektif yang digunakan untuk menganalisis fenomena tersebut juga berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan serta strategi pemanfaatan podcast untuk kegiatan dakwah di Indonesia. Penelitian serupa belum pernah dilakukan, meski banyak dakwah atau ustadz di Indonesia yang menggunakan podcast sebagai media menyebarkan dakwahnya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, yaitu suatu rangkaian penelitian yang melibatkan metode pengumpulan data kepustakaan atau penelitian yang objek penelitiannya ditemukan melalui berbagai informasi kepustakaan dari berbagai lembaga, seperti: buku, majalah, ensiklopedia, surat kabar, majalah berita terkini hingga artikel jurnal. Saat ini, di era digital, data dan informasi dapat diperoleh melalui internet.

Penelitian kepustakaan, dikenal juga dengan istilah (*literary Research*), dipilih sebagai suatu metode sistematis untuk mengumpulkan dan mensintesis karya-karya penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan mengintegrasikan temuan dan perspektif dari berbagai bukti empiris, tinjauan literatur dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan kekuatan yang tidak dapat diberikan oleh penelitian tunggal. Tinjauan penelitian literatur juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut penting dari artikel yang diteliti oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membaca dan mengumpulkan dokumen-dokumen relevan dan referensi teoritis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dokumen dan data internet. Selanjutnya pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu model penelitian yang berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menjelaskan kondisi yang ada sehingga dapat mengungkap kebenaran mengenai peluang dan tantangan serta strategi dakwah baru melalui podcast di tengah tantangan era new normal dan fluks digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Media baru merupakan berbagai perangkat komunikasi teknologi yang berkaitan dengan digitalisasi yang ciri utamanya adalah konektivitas dengan aksesibilitas luas (Choirunnisa et al., 2023; Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021; Sukmawati et al., 2022), seseorang dapat menjadi pengirim dan penerima pesan, pesan interaktif, penggunaannya beragam dan terbuka, akses mudah dimana saja dan kapan saja. Media baru telah melahirkan model komunikasi massa yang sebelumnya terfokus pada satu orang yang berkomunikasi dengan banyak komunikator (*one-to-many communications*) menjadi banyak orang yang berkomunikasi dengan banyak komunikator (*one-to-many communications*). Elemen terpenting dari media baru ini adalah Internet (Heychael & Sarwono, 2015; Wilayah et al., 2022).

McQuail memaparkan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dan media lama (*konvensional*), tergantung dari sudut pandang pengguna, yaitu: (1) Interaktivitas; tanggapan dari sumber/orang pengirim pesan atau komentar. (2) Kehadiran sosial (*sociability*); Rasa kontak pribadi dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan media. Kekayaan media: media baru dapat menjembatani perbedaan kerangka acuan, mengurangi ambiguitas, memberikan petunjuk, menjadi lebih sensitif dan personal (3). Otonomi; Pengguna dapat mengontrol konten dan tidak bergantung pada sumbernya. (4) Senang; dapat digunakan untuk hiburan dan relaksasi (5) Keamanan; berkaitan dengan penggunaan media atas konten yang dipilih. (6) Dipersonalisasi; Konten dan penggunaan media bersifat pribadi dan unik (Fahmi, 2022; Wismanto 2023, Model Pembelajaran Longitudnal Repository Uin Suska, n.d.).

Namun menurut Pierre Lévy, media baru memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) Interaksi; ada komentar dan semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan Internet. (2) Hiperteks; Media lama diolah kembali menjadi media baru, beradaptasi dengan kebaruan yang ada. (3) Jaringan; media meningkatkan jaringan (4) Dunia maya: orang atau kelompok mungkin ada ketidakpastian. (5) Simulasi; meniru atau meniru hal-hal yang bermanfaat dalam kehidupan. (6) Digital; foto digital, database, dll. (Anzani, 2018; Daeng et al., 2017; Surentu et al., 2020)

Dunia internet tidak terbatas pada saluran hiburan dan komunikasi yang menghubungkan orang-orang. Saat ini, Internet telah menjadi media baru dalam berdakwah. Fenomena dakwah dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi melalui internet sudah meluas. Saat ini, dakwah digital sudah menjadi kebutuhan dan tren. Keunggulan Internet sebagai sarana komunikasi dakwah antara lain adalah Internet mempunyai kemampuan untuk melintasi batas ruang dan waktu (Ahmad Zaini, 2014) secara instan dengan biaya yang relatif terjangkau. Selain itu, banyaknya platform media sosial yang digunakan oleh masyarakat dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif, karena masyarakat dapat dengan leluasa memilih materi dakwah dan memilih da'i atau da'iyah yang mereka inginkan. Setelah itu, setiap tahunnya jumlah masyarakat yang menggunakan internet meningkat secara signifikan, hal ini juga dapat mempengaruhi jumlah masyarakat yang mendengarkan ceramah, karena kebutuhan masyarakat untuk mendengarkan penelitian keagamaan juga meningkat.

Penggunaan metode dakwah harus bisa disesuaikan dengan perubahan keadaan dan zaman (Rusli Ibrahim, Asmarika, Agus Salim, Wismanto, n.d.; Wismanto, Yupiter, Efni Ramli, Ridwan, 2023; Wismanto et al., 2023). Perbedaan pendekatan dakwah tersebut tidak lepas dari

tiga metode dasar dakwah, yaitu: Pertama, hikmah: Dakwah perlu memperhatikan keadaan dan kondisi penonton patung dakwah, sehingga Mad'u tidak akan merasa tercela atau terpaksa menerapkan syariat agama Islam. Kedua, mauidhah hasanah: berdakwah dengan menyampaikan ajaran Islam dengan nasihat yang bermanfaat, tanpa menebar kebencian, sehingga pesan dakwahnya dapat menyentuh hati Mad'u. Ketiga, mujadalah: berdakwah dengan cara saling bertukar pendapat atau bertukar pendapat, berpikir dengan benar dan tidak memperburuk keadaan (Fathurrohman, 2023; Puspianto, 2018). Untuk menjalankan program pendidikan berbasis podcast ini tentunya bagi sekolah diperlukan pengembangan sumber daya manusianya supaya benar-benar bisa berjalan sesuai harapan yang direncanakan (Junaidi, Zalisman, Yusnimar Yusri, Khairul Amin, 2021; Syukri, Abdul Rouf, Wismanto, 2023).

#### **Podcast: Peluang dan Tantangan Dakwah Era Digital**

Perkembangan teknologi bersifat dinamis dan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Penguasaan dakwah terhadap media digital penting agar dakwah dapat menjangkau semua kalangan atau khalayak banyak. Media digital juga membuka ruang yang luas bagi masyarakat untuk mengeluarkan kreativitasnya. Ustadz Irfan L. Sarhindi merupakan ustadz muda yang memanfaatkan platform media sosial untuk berdakwah, termasuk podcast. Pemilik akun Instagram @irfansarhindi pertama kali mengkurasi kontennya dengan memberikan tautan khusus ke saluran dakwahnya yang lain sebagai "Podcastren" (Podcast Pesantren) di saluran YouTube. Gambar perkuliahan yang statis melalui penggalan-penggalan konferensi telah berubah menjadi konferensi yang lengkap dan bertema yang dapat disimak kapan saja melalui media Podcast. Langkah ini merupakan langkah maju yang penting dalam cara berdakwah yang baru dan unik.

Salah satu pondok pesantren yang melakukan inovasi gaya pengajaran baru adalah Pondok Pesantren Lirboyo dan Kediri (Multidisiplin et al., 2023; Ummah et al., 2020) meski tidak menutup kemungkinan ponpes lain yang mungkin belum kami temukan dalam tulisan ini. Pondok pesantren ini memanfaatkan podcast YouTube untuk menyiarkan ceramah melalui studio LIM Production miliknya. Hal ini dilakukan untuk mempercepat tahapan dakwah Islam secara internal di ranah digital. Di sisi lain, banyaknya pembatasan kegiatan sosial dan keagamaan pasca munculnya pandemi Covid-19 menyebabkan pelajar merespons tuding-tudingan remeh dari masyarakat, khususnya yang menyatakan bahwa mereka terlahir buta teknologi. Dakwah lewat YouTube Podcast dipilih karena generasi muda masa kini selalu membawa gadget (ponsel) dan memiliki aplikasi YouTube (Agustinova, 2013; Hidayat, 2023; Vincenti et al., 2014). Format Podcast dipilih karena lebih bersifat dua arah dan interaktif. Mereka juga dapat memanggil pembicara dengan beragam keterampilan. Dokumen dakwah juga sangat beragam, terutama jika membahas permasalahan sehari-hari (Hsia et al., 2015; MPOC et al., 2020; Permana & Mahameruaji, 2019).

Beberapa alasan dakwah melalui Podcast yang saat ini diminati berbagai kalangan antara lain: (1) Ada orang yang ingin belajar agama tetapi mempunyai waktu yang sedikit. Mendengarkan atau menyimak acara keagamaan dalam jangka waktu singkat melalui Podcast sudah cukup memberikan pengetahuan kepada anak. (2) Popularitas penelitian keagamaan melalui internet disebabkan semakin banyaknya masyarakat yang ingin segera mempelajarinya. (3) Siaran keagamaan senantiasa beradaptasi untuk mendukung perkembangan zaman. Kajian agama akan terus merambah teknologi informasi di masa depan. (4) Podcast dipilih karena mudah dan sederhana. Audiens dapat menginstal platform Podcast dan memilih konten kapan saja, di mana saja tanpa harus mengikuti jadwal seperti program radio biasa. (5) Di sisi pembuat konten, podcast dapat diproduksi dalam skala domestik dan memiliki nilai keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan platform media lainnya. (Amaly & Abdussalam, 2021; Massang et al., 2022; Permana & Mahameruaji, 2019).

Teknologi podcast kini semakin banyak dimanfaatkan untuk menunjang berbagai aktivitas, termasuk pembelajaran sebagai sarana transfer ilmu yang efektif. Oleh karena itu, dalam konteks transfer ilmu, podcast juga bisa efektif dalam mentransfer ilmu pengetahuan dalam bidang sains atau agama. Podcast banyak digunakan oleh para dai karena beberapa alasan, antara lain karena para pengguna podcast baik dai maupun mad'u fleksibel dalam penggunaannya karena kontennya dapat dinikmati berkali-kali, nyaman didengarkan, mudah dipindah-pindahkan, dan dapat dinikmati berulang kali. tidak dibutuhkan uang untuk

mendapatkan konten dan banyak pengguna yang mengenalnya di Indonesia, terutama anak muda.

Podcast adalah teknologi yang digunakan untuk menyiarkan, menerima, dan mendengarkan konten berdasarkan permintaan yang diproduksi oleh para profesional dan amatir. Siaran audio ini berbeda dengan radio yang menggunakan gelombang FM atau AM yang disiarkan secara linier. Anda dapat mendengarkan siaran podcast kapan saja, di mana saja, dan Anda dapat memilih topik berdasarkan keinginan audiens Anda. Inilah yang menjadikan podcast sebagai media baru yang serbaguna.

Berbagai jenis podcast termasuk podcast audio, podcast video, dan podcast tingkat lanjut. Podcast audio adalah konten podcast audio saja yang dibuat dalam format MP3. Podcast video adalah konten podcast yang dapat dilihat dan ditampilkan dalam format MP4. Sedangkan podcast tingkat lanjut adalah jenis podcast yang menghasilkan suara dan gambar selama file audio diputar. Podcast tidak hanya digunakan oleh industri hiburan tetapi juga oleh dunia pendidikan dan pembelajaran, termasuk dakwah digital.

Ada beberapa manfaat menggunakan podcast antara lain: arti pertama; Podcast bukan sekadar konten audio atau visual, tetapi juga berisi pengetahuan dan informasi penting bagi siapa saja yang ingin memahami atau mempelajarinya. Kedua, dukungan: menggunakan podcast dapat membantu pengguna belajar memahami konten. Ketiga, kemudahan penggunaan: Podcast mudah digunakan dan memiliki banyak aplikasi pendamping. Keempat, kemampuan lokalisasi: podcast dapat digunakan kapan saja, di mana saja penonton berada. Kelima, aksesibilitas: informasi atau konten di podcast mudah diakses atau diunduh (Hutabarat, 2020; Laila, 2020; Lavircana et al., 2020; Perayani & Rasna, 2022).

Podcast dapat menciptakan lebih banyak peluang untuk komunikasi dua arah dan bahkan multi arah. Podcast, seperti “media sosial”, dapat mendorong komentar dan pertanyaan dari audiens agar lebih interaktif. Podcast juga dapat digunakan untuk menciptakan hubungan yang lebih intim dengan audiens. Saat ini, podcast semakin berkembang dan mengambil banyak nuansa baru ketika diproduksi dengan konten yang beragam dan kreatif, mulai dari kehidupan sehari-hari hingga musik, komedi, sejarah, sains, politik, dan ekonomi, ekonomi, filsafat, agama, dll. Kemasan podcast juga sangat beragam, seperti: monolog, dialog atau talk show, review, film layar lebar atau dokumenter, serta drama atau drama. Kemasan podcast penting untuk mendorong pendengar agar lebih tertarik dengan keberagaman konten podcast.

Pada saat ini, Podcast sedang naik daun dan menjadi konten audio yang kekinian dan informatif. Adapun peluang kehadiran Podcast diantaranya: (1) Memberikan informasi serta pengetahuan dari narasumber dalam hal ini da'i yang expert di bidangnya sehingga masyarakat dapat mendapatkan pengetahuan baru. (2) Podcast dianggap mampu menjadi pelengkap dari radio sekaligus platform berbasis video seperti Youtube. Ini untuk segmen khalayak yang masih memerlukan dukungan visual dalam menikmati Podcast. Podcast sangat fleksibel dan memiliki beragam platform yang mudah diakses. (3) Sarana alternatif untuk membuat dan mendistribusikan konten audio kepada individu dan organisasi untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, podcasting juga dapat memenuhi kebutuhan informasi audiens yang mungkin belum mendapat perhatian lebih selama ini. (4) Dapat diakses dengan aman dan nyaman karena bandwidth yang dibutuhkan relatif rendah sehingga penonton dapat mendengarkan beberapa episode dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan platform visual lainnya (Angga Dewi et al., 2022; Muslem, 2021; Setiawan & Khiyaroh, 2022)

Selain peluang, perkembangan Podcast tidak lepas dari berbagai tantangan. Tantangan (1) Bersaing dengan konten hiburan lainnya menuntut para dai untuk kreatif dalam berdakwah dan tidak hanya mengandalkan metode dakwah satu arah. (2) Aspek produksi konten podcast. Yang terpenting dalam membuat konten adalah kualitas, artinya bermanfaat dan mendidik. Tentunya diperlukan manajemen yang bagus bagi lembaga pendidikan yang akan melakukan model ini. (Hamzah, Tuti Syafrianti, Bambang Wahyu Susanto, Wismanto, 2022; Muslim et al., 2023) Tren podcast pendek banyak digemari pendengar karena tidak membuang waktu. Jika kontennya menarik maka akan menarik minat pendengar untuk mendengarkan episode selanjutnya. (3) Kualitas suara adalah salah satu poin penting dari podcast. Pendengar podcast menginginkan kualitas suara yang bagus sehingga dapat menghadirkan pengalaman mendengarkan yang sempurna kapan saja, di mana saja. (4) Pengenalan audiens merupakan

faktor yang memungkinkan podcaster (penginjil) untuk terus memproduksi konten Podcast. Namun jika tidak ada pengakuan atau tanggapan dari masyarakat, maka akan ada kecenderungan untuk tidak melanjutkan produksi secara berkelanjutan. Tantangan ini harus dijawab, terutama bagi podcast baru yang belum dikenal masyarakat umum.

### **Strategi Mengelola Dakwah Digital Melalui Podcast**

Memasuki era disrupsi (Fitriana, 2019; Hidayat, Amir Husin, Syukri, Rieska Tri Adilla, 2022; Khairul Amin, Imam subaweh, Taupik Prihatin, Yusnimar Yusri, 2022) di tengah digitalisasi hendaknya tidak menghambat gerak dakwah namun justru menjadi peluang dan kesempatan bagi para pendakwah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan dakwah. Pada dasarnya kegiatan dakwah terus berkembang baik melalui media maupun komunikasi, karena dakwah Islam memberikan peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam di berbagai belahan dunia (Aisyah & Rofiah, 2022; Burhanuddin et al., 2018; Rohmah, 2021).

Semakin maraknya kemunculan para pelaku dan organisasi dakwah, terkait dengan kompleksitas permasalahan kependudukan saat ini, memerlukan kemampuan memberikan dukungan yang profesional, efektif dan strategis terhadap dakwah 'wow. Perencanaan dakwah (takhtith) memegang peranan yang sangat penting karena menjadi landasan dan titik tolak bagi kegiatan selanjutnya. Ketika kondisi sosial mengalami perubahan yang begitu cepat akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap terwujudnya dakwah Islam.

Ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam dakwah di era digital, antara lain mengidentifikasi khalayak dakwah, menyiapkan dokumen atau pesan dakwah, menentukan metode dakwah, dan menentukan media dakwah. Yang pertama adalah strategi pengenalan objek dakwah (mad'u). Mad'u adalah orang atau khalayak yang menjadi sasaran penerima dan pelaksana pesan dakwah yang disampaikan subjek dakwah (da'i). Beberapa aspek yang dapat dipertimbangkan, antara lain usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, kelas sosial ekonomi, sosiologi, kebutuhan khusus, dan lain-lain. Sedangkan di era informasi sekarang ini, ciri-ciri mad'u digolongkan menjadi: (1) Orang yang sangat fanatik terhadap keyakinan agama tertentu dan orang yang tertutup terhadap informasi tentang keyakinan agama lain. (2) Masyarakat cenderung lebih terbuka dan kritis dalam menyikapi informasi keagamaan dan mungkin selektif terhadap pesan-pesan ajaran agama. (3) Orang dengan gaya hidup hedonis, yang orientasi hidupnya utama adalah mencapai kesenangan dan kekayaan materi.

Kedua, strategi penyiapan bahan atau pesan dakwah. Dokumen dakwah (maddah) merupakan pesan-pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u, berisi ajakan, nasehat dan petunjuk untuk dilaksanakan dalam setiap aspek kehidupan mad'u sehari-hari. ajaran Pesan dakwah bisa berhubungan dengan masalah aqidah (iman), syariah (hukum), mu'amalah (hubungan sosial), etika, dan lain-lain. Dalam konteks komunikasi, pesan merupakan unsur penting dalam komunikasi yang baik. Menyiapkan pesan yang cocok untuk khalayak yang bersifat umum, mudah dipahami oleh banyak khalayak, serta berkaitan dengan kebutuhan dan kehidupan khalayak. Sehingga pesan tersebut dapat mendorong khalayak untuk memberikan perhatian yang sungguh-sungguh (attention) dan selanjutnya dapat menimbulkan suatu kegiatan (action). Pada akhirnya tujuan penyampaian risalah atau dakwah dapat tercapai.

Ketiga, mengidentifikasi metode dakwah (thariqah) sebagai cara penyampaian pesan dakwah kepada Mad'u. Berdasarkan pertanyaan Surat Al-Nahl ayat 125, tiga metode dakwah yang ideal dan dapat dijadikan para khatib sebagai acuan dalam menjalankan ajaran Islam, yaitu dakwah al-hikmah, al-mauidzah al-hasanah.

Keempat, mengidentifikasi media dakwah (wasilah), khususnya sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Sarana dakwah dapat berupa lisan, tulisan, visual, audiovisual atau moral. Meski melibatkan penggunaan perangkat teknologi saat ini, media dakwah adalah media elektronik, seperti melalui internet dan berbagai platform media sosial.

Media dakwah harus dipilih secara tepat agar dapat menjangkau khalayak, sehingga maksud atau tujuan dakwah dapat tercapai. Dengan adanya bentuk baru podcast on-demand (media baru), dimana khalayak dapat menentukan pilihannya sendiri dengan menggunakan berbagai platform yang tersedia, dengan akses koneksi internet dapat menjangkau khalayak dimana saja, dimana saja dan merupakan salah satu keunggulan yang dapat menarik banyak orang.

Selain itu, podcast disertakan di sebagian besar platform media sosial dan hanya dapat didengarkan dalam bentuk audio atau visual. Berdasarkan strategi pengelolaan dakwah di atas, para pendakwah perlu memahami dukungan platform digital yang sedang tumbuh dan “emerging”. Media yang digunakan untuk mendistribusikan konten podcast beragam, antara lain: Anchor, Spotify, Google Podcast, Apple Podcast, Overcast, Inspigo, dll. Berbagai platform tersebut dapat saling terhubung sehingga pembuat podcast (podcaster) atau pengkhotbah dapat mengunggahnya ke satu platform dan kemudian audiens dapat mengaksesnya di banyak platform lain yang tersedia.

## SIMPULAN

Podcast menjadi salah satu strategi atau media dakwah di era digital yang efektif. Para da'i bisa memilih berbagai jenis dan platform Podcast untuk memperluas jangkauan objek dakwah. Podcast menjadi salah satu platform media yang sedang naik daun atau banyak penggunanya ditengah maraknya konten digital. Beberapa kemudahan dalam penggunaannya membuat da'i dapat dengan mudah membuat dan menyebarkan konten dakwahnya dan bagi mad'u dapat memilih beragam konten dakwah sesuai kebutuhan, serta dapat mengatur jadwal sendiri untuk mendengarkannya. Penelitian ini memberikan sumbangsih pada perkembangan teori komunikasi Islam dan dakwah Islam. Bahkan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para dakwah atau pesantren untuk menerapkan konsep podcasting sebagai strategi atau media dalam kegiatan dakwah digital. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah perlunya mengkaji secara kuantitatif efektivitas podcast sebagai strategi dan media dakwah digital serta pengaruhnya terhadap aktivitas dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. (2013). Latar Belakang Dan Masa Depan Libya Pasca Arab Spring. *Socia Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(2), 120–128.
- Ahmad Zaini. (2014). Media Teknologi Informasi Modern Sebagai Wasilah Dakwah. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(Nomor 1), 57–72.
- Aisyah, N., & Rofiah, S. (2022). Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid Modern Da'wah In The Era Of Media Convergence: Case Study Youtube Of The Nurul Jadid Islamic Boarding School. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 8(2).
- Amaly, A. M., & Abdussalam, A. (2021). *Jurnal Al Burhan Staidaf. Jurnal Al Burhan Staidaf*, 1(1), 1–13.
- Angga Dewi, I. N. E. P., Irawan, R., Darmayuda, I. K., & Sri Wiyati, W. (2022). Proses Produksi Program Podcast Berbasis Audio-Visual Sebagai Media Penyebaran Informasi Proses Kreatif Musisi Pop Bali. *Journal Of Music Science, Technology, And Industry*, 5(1), 13–24. <https://doi.org/10.31091/jomsti.v5i1.1972>
- Anzani, W. A. (2018). *Web Series Sore Sebagai Media Baru Kampanye Digital Hidup Sehat. Skripsi S1 Ilmu Komunikasi*, 156.
- Burhanuddin, J., Amnah Saayah, I., & Sayuti, A. Ghani. (2018). Pendekatan Dakwah Untuk Cabaran Masa Depan: Satu Soroton. *Tinta Artikulasi Membina Ummah*, 4(1), Pp.23-33.
- Chandra, M. F., & Azka, Z. N. (2022). Strategi Komunikasi Box2box Media Network Dalam Persaingan Industri Podcast Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 60–66. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4820>
- Choirunnisa, L., Hajar, T., Oktaviana, C., Ainur, A., & Rohmah, E. I. (2023). Peran Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik ( Spbe ) Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Pelayanan Publik Di Indonesia Uin Sunan Ampel Surabaya Pendahuluan Dalam Era Digital Yang Semakin Berkembang Pesat , Pemerintah Di Seluruh Dunia Mencari Cara Untuk Menin. 3.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. ., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *E-Journal “Acta Diurna,”* 1(1), 1–15.
- Erhamwilda, E., Afrianti, N., Tazkia, A. H., & Mulyati, H. (2021). Efektivitas Pelatihan Parenting Dalam Meningkatkan Pengetahuan Orang Tua Menyiapkan Generasi Qur'ani. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(2), 793–800.

- <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i2.1329>
- Fahmi, R. F. (2022). Strategi Komunikasi Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Digitalisasi Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 63. <https://doi.org/10.22373/jp.v5i1.12733>
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Fathurrohman, M. (2023). Pendekatan Dakwah Dalam Membangun Mental Masyarakat Kota Surakarta. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 6(1), 53. <https://doi.org/10.24853/ma.6.1.53-72>
- Fitriana, S. (2019). Transformasi Pendidikan Tinggi Di Era Disrupsi (Dampak Dan Konsekuensi Inovasi). *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana ...*, 811–817. <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpsca/article/view/375>
- Hamzah, Tuti Syafrianti, Bambang Wahyu Susanto, Wismanto, R. T. A. E. (2022). Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Manajemen Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar Islam Al-Rasyid Pekanbaru. 4(6), 1734–10351.
- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-Wecksler, E. T. (N.D.). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析title.
- Heychael, M., & Sarwono, B. K. (2015). *Hakikat Komunikasi Massa Dan Era Informasi*. Modul Komunikasi Massa, 1–46.
- Hidayat, Amir Husin, Syukri, Rieska Tri Adilla, E. (2022). Urgensitas Manajemen Pendidikan Islam Di Era Disrupsi. 11, 267–281.
- Hidayat, S. (2023). Analisis Isi Pesan Dakwah Youtube Abdel Achrian Dalam Konten Habib Dan Cing Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hsia, K.-C. C., Stavropoulos, P., Blobel, G., Hoelz, A., Sudha, G., Nussinov, R., Srinivasan, N., Taylor, P., Sawhney, B., Chopra, K., Saito, S., Yokokawa, T., Iizuka, G., Cigdem, S., Belgareh, N., Rabut, G., Bai, S. W., Van Overbeek, M., Beaudouin, J., ... Gupta, M. R. (2015). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析title. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, 3(1), 1–10. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnq=search&q=intitle:em+demystified:+an+expectation-maximization+tutorial#0%0ahttps://www2.ee.washington.edu/techsite/papers/documents/uweetr-2010-0002.pdf%0ahttp://dx.doi.org/10.1038/srep22311%0ahttp://www.life.um>
- Hutabarat, P. M. (2020). Pengembangan Podcast Sebagai Media Suplemen Jurnal Sosial Humaniora Terapan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2), 107–116.
- Junaidi, Andisyah Putra, Asmarika, Wismanto, R. Syafitri. (N.D.). Pola Komunikasi Guru Dengan Peserta Didik Dalam. 4(3), 1162–1168.
- Junaidi, Zalisman, Yusnimar Yusri, Khairul Amin, W. (2021). Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 131–146. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v3i2.183>
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Berita Dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 61. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>
- Khairul Amin, Imam Subaweh, Taupik Prihatin, Yusnimar Yusri, W. (2022). Kemampuan Sumber Dayamanusia Dalammeningkatkan Kualitas Manajemen Lembaga Pendidikan Islamdi Era Disrupsi Ikhairul. 11, 204–226.
- Laila, D. (2020). Inovasi Perangkat Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Podcast. *Prosiding Seminar Nasional Pbsi-iii, 2015*, 7–12. <http://digilib.unimed.ac.id/41213/1/fulltext.pdf>
- Lavircana, R., Herman, M., & Humaidi, M. A. (2020). Penggunaan Podcast Sebagai Media Hiburan Dan Informasi Di Banjarmasin. (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab), 1–9. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3500/>



- Martha Kusuma, E., Auliasari, K., & Orisa, M. (2020). Pengembangan Podcast Aplikasi Panduan Akademik (Apik) Jurusan Teknik Informatika Itn Malang Berbasis Android. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 4(1), 19–25. <https://doi.org/10.36040/jati.v4i1.2384>
- Massang, B., Manoppo, F. K., & Mamonto, H. (2022). Penanaman Pendidikan Karakter Bagi Anak Usia Dini Melalui Bahasa Cinta. *Al-Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 6(1), 170. <https://doi.org/10.35931/am.v6i1.899>
- Mpoc, Lia Dwi Jayanti, & Brier, J. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析title. *Malaysian Palm Oil Council (Mpoc)*, 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/jkm/article/view/2203%0ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Multidisiplin, J., Volume, I., & Juni, E. (2023). Ta”Lim: *Jurnal Multidisiplin Ilmu Volume 2 Nomor 1 Edisi Juni 2023*. 10(2), 14–21.
- Muslem. (2021). Podcast Sebagai Media Dakwah Alternatif Di Era Pademi Covid-19. *Tasamuh*, 19(2), 200–210.
- Muslim, Yusri, Y., Syafaruddin, Syukri, M., & Wismanto. (2023). Manajemen Kepala Sekolah Dasar Islam Dalam Mengembangkan Pendidikan Karakter Religius Di Era Disrupsi ( Studi Kasus Di Sd Islam Al Rasyid Kota Pekanbaru ). *Journal Of Education*, 05(03), 10192–10204.
- Perayani, K., & Rasna, I. W. (2022). Pembelajaran Keterampilan Menyimak Dengan Menggunakan Media Podcast Berbasis Model Pembelajaran Project Based Learning (Pjbl). *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 11(1), 108–117.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Baru Net. Tv. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1770>
- Pesan, A., Habib, D., Ja, H., Tentang, F. A. R., Kelas, A., & Madrasah, X. I. I. (2023). Analisis Pesan Dakwah Habib Husein Ja’far Tentang Toleransi Beragama Dalam Podcast Channel Youtube “ Jeda Nulis ” Dan Relevansinya Deng An Materi Akidah Akhlak Kelas Xii Madrasah Aliyah.
- Puspianto, A. (2018). Dakwah Antarbudaya Diperlintasan Zaman. *Dakwah Antarbudaya Diperlintasan Zaman*, 7(1), 45–68. <https://ejournal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/45>
- Riza, M. H. (2021). Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam Di Masa Pandemi Covid-19. *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, 2(1), 45–61. <https://doi.org/10.47281/fas.v2i1.33>
- Rohmah, S. (2021). Komunikasi Dakwah Dalam Seni Musik Nasyid (Studi Seni Musik Di Pondok Pesantren Sunan Drajat). *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i1.551>
- Rusli Ibrahim, Asmarika, Agus Salim, Wismanto, A. (N.D.). Peran Guru Dalam Membentuk Karakter Disiplin Peserta Didik Madrasah Ibtidaiyah Al Barokah Pekanbaru. 4(1), 1082–1088.
- Setiawan, N., & Khiyaroh, A. (2022). Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri Di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 223. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>
- Sukmawati, E., Fitriadi, H., Pradana, Y., Trustisari, H., & Wijayanto, P. A. (2022). Diiigitalisasi Sebagai Pengembangan Model.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- Syahputra, A., Sukmawati, E., & Syafitri, R. (2023). Dampak Buruk Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Remaja Usia Sekolah ( Dalam Perspektif Pendidikan Islam ). 4(3), 1265–1271.
- Syukri, Abdul Rouf, Wismanto, K. A. R. Q. (2023). Manajemen Kepala Madrasah Ibtidaiyah

- Dalam Menumbuhkan Pendidikan Karakter Religius Pada Era Digital. *Jurnal On Education*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.29210/146300>
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(4), 1–8. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>
- Ummah, A. H., Khairul Khatoni, M., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *Komunike*, 12(2), 210–234. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>
- Vincenti, G., Bucciero, A., & De Carvalho, C. V. (2014). E-Learning, E-Education, And Online Training: First International Conference, Eleot 2014 Bethesda, Md, Usa, September 18–20, 2014 Revised Selected Papers. *Lecture Notes Of The Institute For Computer Sciences, Social-Informatics And Telecommunications Engineering, Lnicst*, 138, 68–75. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-13293-8>
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.
- Widiawati, P., Hanief, Y. N., & Rahayuni, K. (2022). Analisis Kebutuhan Aplikasi M-Learning (Flipped Learning & Podcasting) Pada Mata Kuliah Kewirausahaan Olahraga. *Physical Activity Journal*, 4(1), 31. <https://doi.org/10.20884/1.Paju.2022.4.1.6560>
- Wilayah, K., Hukum, K., Hak, D. A. N., & Manusia, A. (2022). An Analysis On The Application Of Management Information System In The Management Rizal Harmawan Samauna Program Pascasarjana.
- Wismanto, Agus Salim, Afdal, Deprizon, A. F. (N.D.). Peran Manejemen Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Dunia Pendidikan Di Era Disrupsi. 4(3), 1290–1297.
- Wismanto, Yupidus, Efni Ramli, Ridwan, E. M. S. (2023). Pendidikan Karakter Generasi Mukmin Berbasis Integrasi Al Qur'an Dan Sunnah Di Sdit Al Hasan Tapung - Kampar. 12(1), 196–209.
- Wismanto 2023, Model Pembelajaran Longitudnal Repository Uin Suska. (N.D.).
- Wismanto, W., Yanti, N., Yapidus, Y., Pranata, H., & Deprizon, D. (2023). Pengembangan Bahan Ajar Mata Kuliah Aqidah Untuk Mahasiswa Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Universitas Muhammadiyah Riau. *Mitra Pgm: Jurnal Kependidikan Mi*, 9(1), 16–27. <https://doi.org/10.46963/mpgmi.v9i1.820>
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends In Disseminating Audio On Demand Content Through Podcast: An Opportunity And Challenge In Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>